



**STRATEGI PEMASARAN DI LEMBAGA
BIMBINGAN BELAJAR INTENS BATAM**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan**

Oleh

**Mira Kusumaji Putri
1102414111**

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PENDIDIKAN
JURUSAN KURIKULUM DAN TEKNOLOGI PENDIDIKAN
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
TAHUN 2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

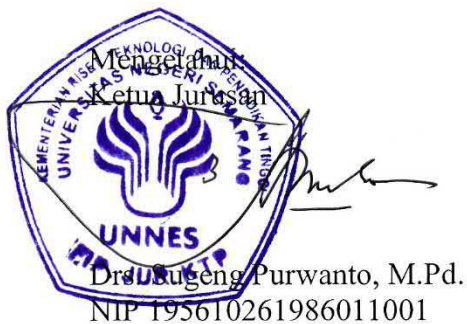
Skripsi dengan judul:

“Strategi Pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam” karya,

Nama : Mira Kusumaji Putri
NIM : 1102414111
Program Studi : Teknologi Pendidikan

telah disetujui pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.

Semarang, 26 November 2018



Pembimbing

Dr. Yuli Utanto, S.Pd.,M.si.
NIP 197907272006041002

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam” karya,

Nama : Mira Kusumaji Putri
NIM : 1102414111
Program Studi : Teknologi Pendidikan

telah dipertahankan dalam Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan,
Universitas Negeri Semarang,
Pada hari Kamis, 20 Desember 2018



Dr. Sungkowo, Edy Mulyono, S.Pd., M.Si.
NIP. 196807042005011001

Semarang, 20 Desember 2018

Sekretaris

Dr. Yuli Utanto, S.Pd., M. Si.
NIP. 198201142005011001

Penguji I

Prof. Dr. Haryono, M.Psi.
NIP. 196202221986011001

Penguji II

Dr. Titi Prihatin, M.Pd.
NIP. 196302121999032001

Penguji III

Dr. Yuli Utanto, S.Pd., M. Si.
NIP. 198201142005011001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini.

Semarang, 26 November 2018

Penulis.



[Handwritten Signature]
Nida Kusumaji Putri
NIM 1102414111

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“Good marketing makes the company look smart. Great marketing makes the customer feel smart” (Joe Chernov).

“Saya bangga akan banyak hal yang belum kami lakukan sama halnya dengan banyak hal yang sudah kami lakukan. Inovasi adalah berkata tidak ke ribuan hal” (Steve Jobs).

“Didiklah anak-anak kamu, sesungguhnya mereka diciptakan untuk menghadapi zaman yang berbeda dengan zaman kamu ini” (H.R. Bukhari).

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Almamaterku, Universitas Negeri Semarang

ABSTRAK

Putri, Mira K. 2018. *Strategi Pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam*. Skripsi. Kurikulum dan Teknologi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Dr. Yuli Utanto, S.Pd.,M.si.

Kata Kunci: bimbingan belajar, inovasi, pemasaran, strategi, teknologi

Berbagai lembaga bimbingan belajar banyak bermunculan sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat di bidang bisnis jasa pendidikan. Inovasi teknologi dan persaingan bisnis yang ketat pada abad ini memaksa perusahaan-perusahaan seperti bimbingan belajar untuk mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Maka diperlukan strategi pemasaran yang baik untuk mendorong ketertarikan siswa mengikuti bimbingan belajar dan menghadapi persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi pemasaran dan bentuk-bentuk strategi pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif jenis penelitian fenomenologi (*phenomenology*). Informan dalam penelitian ini yakni Direktur, Kepala Akademik, Tentor, Orangtua siswa dan Siswa. Teknik pengambilan data yang digunakan yakni metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan sumber. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran yang dilakukan lembaga bimbingan belajar INTENS berfokus pada produk dan kegiatan promosi. Kemudian bentuk-bentuk strategi pemasaran INTENS yaitu dengan inovasi program pendidikan dan pelatihan berbasis teknologi, diantaranya yaitu pembelajaran berbasis *Information And Communication Technology (ICT)* dan evaluasi berbasis *Computer Based Test (CBT)*. Saran peneliti untuk INTENS Batam yaitu pemasaran Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam hendaknya dikelola oleh sumber daya manusia yang memang khusus mengelola bagian pemasaran. Sehingga pemasaran dapat terkelola dengan baik dan terfokus. Kemudian, inovasi berbasis teknologi diharapkan dapat mengupayakan pembelajaran online, dimana pembelajaran tersebut dapat menjangkau jarak yang jauh, sehingga siswa INTENS dapat belajar dimanapun dan kapanpun. Kemudian dalam evaluasi menggunakan CBT, meskipun soal ujian CBT dapat digunakan berulang-ulang tetapi tentor diharapkan tetap harus secara berkala membuat soal yang berbeda dari soal yang telah diujikan sebelumnya. Hal tersebut harus diupayakan agar menghindari kebocoran soal yang akan diujikan. Selain itu diharapkan dengan adanya inovasi berbasis teknologi tersebut, INTENS dapat bersaing dengan lembaga lain dengan mempunyai keunggulan pada bidang teknologi yang mengikuti perkembangan zaman. Lembaga perlu mengoptimalkan kegiatan promosi ke sekolah-sekolah dengan melakukan sosialisasi pengenalan program dan metode-metode pembelajaran berbasis teknologi di INTENS.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul “Inovasi Program Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Teknologi Sebagai Strategi Pemasaran Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Pendidikan Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang. Penulis menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan semangat, motivasi, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rohman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi Strata 1 di Universitas Negeri Semarang.
2. Prof. Dr. Fakhruddin, M.Pd, Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin penelitian.
2. Drs. Sugeng Purwanto, M. Pd, Ketua Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Semarang yang selalu memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Kurikulum dan Teknologi Pendidikan yang telah memberikan pengetahuan dan membimbing penulis.
4. Bapak Akhmad Kasiun, Direktur Lembaga Bimbingan Belajar INTENS, S.S.
Bapak Muhammad Rofiq, S.T, Kepala Akademik Lembaga Bimbingan

Belajar INTENS. Ibu Peni Astuti, S.T, tutor Lembaga Bimbingan Belajar INTENS. Ibu Tina, Orangtua siswa. M. Nabil Sulthoni Eralsyah, siswa. Seluruh keluarga besar INTENS Batam yang telah berbaik hati mengizinkan serta membantu penulis melaksanakan penelitian ini.

5. Ibu Kusmiyati dan Bapak Rajimin yang selalu tulus memberikan limpahan kasih sayangnya dan mendidik dengan tegas, penuh keikhlasan dan ikhlas merestui anaknya untuk berkuliah di tanah Jawa sesuai dengan keinginan putrinya, agar kelak putrinya dapat menjadi manusia yang tangguh, kuat, dapat beradaptasi dengan lingkungan baru dan bermanfaat bagi sesama.
6. Sahabatku dari mahasiswa baru Adhinas Izmi Alam Rachmani dan Arifka Isna Lidya Mawar Zahara, terimakasih telah menemani hari-hari kuliahku, hari-hari jajanku dan jalan-jalanku.
7. Sahabatku di semester-semester akhir Dian Bela Fitri Utami, Erlita Septiani, Resti Kartika Sari yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
8. Teman-teman KKN Desa Kalimojosari Kabupaten Pekalongan 2017, terimakasih atas pengalaman bersama selama 45 harinya.
9. Sahabat-sahabatku sejurusan khususnya rombel 3, yang tidak bisa aku tuliskan namanya disini, terimakasih atas kebersamaan dan dukungan semangatnya selama penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran atau masukan yang diberikan berbagai pihak sangat bermanfaat bagi penulis untuk memberikan karya yang lebih baik.

Diharapkan penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan para pembaca.

Semarang, 26 November 2018

Penulis

Mira Kusumaji Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2. Manfaat Praktis	10
BAB II KERANGKA TEORITIK DAN KERANGKA BERPIKIR.....	11
2.1. Strategi Pemasaran.....	11
2.1.1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	11
2.1.2. Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran	15
2.1.3. Tujuan Strategi Pemasaran.....	20
2.1.4. Bauran Pemasaran.....	21
2.2. Inovasi Program Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Teknologi	27
2.2.1. Pengertian Inovasi.....	27
2.2.2. Manfaat Inovasi	29
2.2.3. Karakteristik Inovasi	31
2.2.4. Faktor Pendorong Inovasi	34

2.2.5.	Pengertian Program Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Teknologi	35
2.2.6.	Bentuk-Bentuk Inovasi Program Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Teknologi	38
2.3.	Bimbingan Belajar	53
2.3.1.	Pengertian Bimbingan Belajar	53
2.3.2.	Tujuan Bimbingan Belajar	56
2.3.3.	Fungsi Bimbingan Belajar	57
2.3.4.	Aspek-Aspek Bimbingan Belajar	58
2.3.5.	Penelitian yang Relevan.....	58
2.4.	Kerangka Berpikir.....	62
BAB III	METODE PENELITIAN	64
3.1.	Desain Penelitian	64
3.2.	Lokasi dan Objek Penelitian	67
3.3.	Fokus Penelitian.....	67
3.4.	Jadwal Penelitian	68
3.5.	Data dan Sumber Penelitian.....	68
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.7.	Keabsahan Data.....	71
3.8.	Analisis Data.....	73
BAB IV	SETTING (LATAR PENELITIAN)	76
4.1.	Sejarah INTENS Batam.....	76
4.2.	Letak Geografis dan Alamat INTENS Batam	77
4.3.	Visi dan Misi INTENS Batam	78
4.4.	Jumlah Pendidik, Tenaga Kependidikan, Staff dan Peserta Didik	79
4.5.	Sarana dan Prasarana	80
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	83
5.1.	Hasil Penelitian	83
5.1.1	Strategi Pemasaran pada Bimbingan Belajar INTENS.....	84
5.1.2.	Bentuk-Bentuk Strategi di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam	93
5.2.	Pembahasan.....	113
5.2.1.	Pembahasan Strategi Pemasaran pada Bimbingan Belajar INTENS	113

5.2.2. Pembahasan Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam.....	117
BAB VI PENUTUP	133
6.1. Simpulan	133
6.2. Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	136

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 5.1 Jadwal Pembelajaran Lembaga Bimbingan Belajar INTENS	105
Tabel 5.2 Media dalam Pembelajaran INTENS.....	101
Tabel 5.3 Observasi Pembelajaran Berbasis ICT di INTENS.....	105
Tabel 5.4 Hasil Observasi Evaluasi Berbasis CBT di INTENS.....	132

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	62
Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data (<i>Interactive Model</i>) Menurut Miles dan Huberman.....	74
Gambar 4.1 Peta INTENS Batam.....	78
Gambar 5.1 Jaringan komputer ujian CBT.....	107
Gambar 5.2 Skema Perencanaan ujian CBT.....	127
Gambar 5.3 Skema Pelaksanaan Ujian CBT.....	129

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Keterangan.....	144
Lampiran 2 Pedoman Observasi.....	145
Lampiran 3 Kode Teknik Pengumpulan data dan Informan.....	148
Lampiran 4 Pedoman Wawancara.....	150
Lampiran 5 Pedoman Dokumentasi.....	160
Lampiran 6 Jadwal Penelitian dan Catatan Harian Observasi Partisipatif.....	161
Lampiran 7 Catatan Lapangan.....	162
Lampiran 8 Hasil Wawancara.....	169
Lampiran 9 Jadwal Belajar Mengajar INTENS Batam.....	198
Lampiran 10 Data Siswa.....	200
Lampiran 11 Data Tentor dan Tenaga Kependidikan.....	206
Lampiran 12 Laporan Hasil Belajar Test Persiapan Mid Semester 1.....	207
Lampiran 13 Survei Kepuasan Belajar (SKB).....	208
Lampiran 14 Dokumentasi.....	210

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Inovasi teknologi dan persaingan bisnis yang ketat pada abad ini memaksa perusahaan-perusahaan untuk mengubah cara mereka menjalankan bisnisnya. Agar perusahaan terus bertahan, perusahaan-perusahaan harus dengan cepat mengubah strateginya dari bisnis yang didasarkan pada tenaga kerja (*labor based business*) menuju *knowledge based business* (bisnis berdasarkan pengetahuan), sehingga karakteristik utama perusahaannya menjadi perusahaan berbasis ilmu pengetahuan (Sawarjuwono, 2003:31).

Secara bisnis pada salah satu sektor publik yang cukup menguntungkan adalah pendidikan. Persaingan lembaga pendidikan ditandai dengan munculnya lembaga-lembaga baru serta kemajuan teknologi menjadikan persaingan usaha semakin ketat. Lembaga yang tidak memiliki keunggulan kompetitif tidak akan bisa bertahan didalam persaingan dunia bisnis yang semakin ketat. Untuk memiliki keunggulan bersaing lembaga harus mampu mencari terobosan baru. Keberlangsungan hidup dari lembaga bergantung pada seberapa cepat dan tanggap lembaga tersebut menghadapi kedinamisan yang ada. Lembaga dituntut untuk selalu menghasilkan produk-produk yang lebih baik dari pesaing mereka. Kunci memenangkan persaingan tersebut adalah melalui inovasi dan teknologi sehingga sebuah lembaga tersebut dapat menghadapi persaingan global.

Teknologi dengan sangat pesat ini tentu tidak boleh dianggap sebagai suatu ancaman yang harus dihindari bahkan dijadikan momok yang menakutkan. Teknologi harus digunakan sebagai alat untuk melakukan inovasi. Organisasi bisnis harus melakukan inovasi karena salah satu cara organisasi bisnis menanggapi situasi eksternal yang kompleks dan tidak stabil adalah melakukan inovasi. Organisasi bisnis yang terlena karena berada pada zona nyaman lambat laun akan ditinggalkan pasar yang terus bergerak cepat.

Teknologi dan inovasi sudah dikenal sebagai faktor penting dalam meningkatkan keuntungan, positioning, dan kinerja bagi perusahaan dalam menghadapi kedinamisan pasar. Dengan melakukan inovasi, organisasi bereaksi terhadap perubahan pasar yang dinamis dan untuk menciptakan atau mempertahankan daya saingnya (Drucker, 1999). Organisasi yang berhasil menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah perusahaan yang mampu menciptakan inovasi dan kreativitas melalui proses inovasi yang efektif dan terencana (Gupta dan Macdaniel, 2002). Dalam sebuah organisasi, inovasi dimulai dengan adanya individu cerdas yang mempunyai rasa untuk menemukan kebutuhan baru yang kemudian menciptakan atau mengimprovisasikannya menjadi metode, proses maupun sumber daya baru untuk memenuhi kebutuhan kebaruan tersebut (Malaviya dan Wadhwa, 2005).

Proses pendidikan tidak dapat diartikan secara sempit yaitu proses mendidik di dalam gedung sekolah. Proses pendidikan mempunyai berbagai bentuk sesuai yang tercantum dalam UU Sisdiknas Bab I Pasal 1 ayat (10) "Satuan pendidikan adalah kelompok layanan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan pada

jalur formal, nonformal, dan informal pada setiap jenjang dan jenis pendidikan”. Pendidikan formal adalah jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang, contohnya SD, SMP, SMA, dan SMK. Pendidikan Nonformal adalah jalur pendidikan di luar pendidikan formal, contohnya kursus, pelatihan, majelis taklim dan satuan pendidikan yang sejenis. Pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan. Sebagian besar anak usia sekolah selain mengenyam pendidikan formal juga mengikuti pendidikan nonformal salah satunya yaitu bimbingan belajar seperti yang tercantum dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) Nomor 81 Tahun 2013 tentang Satuan Pendidikan Nonformal, Bab II Pasal 3 ayat (1) mengatakan bahwa satuan Pendidikan Nonformal terdiri atas: Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP), Kelompok Belajar (KB), Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM), Majelis Taklim dan satuan PNF Sejenis. Lembaga bimbingan belajar sendiri termasuk ke dalam pendidikan nonformal LKP. Fenomena lembaga-lembaga bimbingan belajar pada saat ini memperlihatkan perubahan-perubahan pola pendidikan yang begitu cepat. Dengan mengikuti bimbingan belajar mereka mengharapkan agar mendapat kemudahan dalam memahami materi yang tidak ataupun kurang mereka pahami. Abad ini sudah banyak sekali lembaga bimbingan belajar yang membantu usaha para peserta didik, baik itu dalam bidang akademik maupun non akademik.

Berdasarkan data Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan Indonesia, pada tahun 2012 tercatat, lembaga bimbingan belajar sebanyak 13.446, sebanyak 11.207 lembaga atau sekitar 83,35% diantaranya telah memiliki izin operasi. Sementara jumlah peserta bimbingan belajar mencapai 1.348.565 orang. Terdiri

dari siswa SD sampai jenjang perguruan tinggi. Siswa pada jenjang SMA menempati urutan pertama yaitu sebesar 45,51%, kemudian diikuti tingkat Pendidikan SMP sebesar 22,97%, SD 17,84%, S2/S3 sebanyak 10,11%. Jumlah bimbingan belajar tercatat sekarang ini bertumpuk di pulau Jawa sebanyak 577 lembaga. Sisanya tersebar diseluruh provinsi di Indonesia dengan jumlah terbanyak di provinsi Sumatera Selatan sebanyak 106 lembaga, Kepulauan Riau sebanyak 87 lembaga, Lampung sebanyak 54 lembaga, Sumatera Barat sebanyak 43 lembaga dan Sumatera Utara sebanyak 41 lembaga.

Prospek Bimbingan belajar di Kepulauan Riau khususnya Kota Batam sangat tinggi. Terlihat selalu terdapat bimbingan belajar, disetiap kompleks ruko, baik bimbingan belajar yang terkenal di nasional maupun kurang terkenal. Pada penjelasan sebelumnya dijelaskan bahwa jumlah peserta bimbingan belajar pada jenjang SMA menempati urutan pertama, hal itu juga terjadi pada salah satu bimbingan belajar di Batam yang bernama INTENS. INTENS sendiri membuka program untuk berbagai jenjang dan melakukan berbagai inovasi. Inovasi yang secara umum dilakukan oleh organisasi publik termasuk lembaga pendidikan adalah melalui pemanfaatan teknologi. Hal ini dikarenakan di era globalisasi seperti saat ini perkembangan dan kemajuan teknologi telah berjalan dengan sangat pesat. Sebagian besar lembaga pendidikan termasuk bimbingan belajar melakukan inovasi melalui pemanfaatan teknologi seperti penggunaan perangkat komputer maupun laptop, fasilitas LCD monitor di kelas, serta yang paling populer saat ini adalah menggunakan akses internet sebagai penunjang proses pembelajaran. Lembaga Bimbingan Belajar INTENS adalah salah satu lembaga yang telah

melakukan inovasi dengan memanfaatkan teknologi sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan guna bersaing dengan lembaga lainnya. Sejak berdirinya pada tahun 2005, INTENS telah menggunakan pembelajaran berbasis *Information And Communication Technology* (ICT) dan telah melakukan evaluasi menggunakan *Computer Based Test* (CBT) pada tahun 2018. Inovasi INTENS juga didasari dengan adanya kebijakan tentang ujian nasional berbasis komputer atau UN CBT dituangkan dalam Peraturan Badan Standar Nasional Nomor 0031/P/BNSP/III/2015 tentang Prosedur Operasional Standar Penyelenggaraan Ujian Nasional Tahun Pelajaran 2014/2015. Kebijakan tersebut membahas tentang prosedur, petunjuk teknis dan mekanisme pelaksanaan UN CBT pada tahun 2015. *Computer Based Test* (CBT) ini juga dapat sebagai peluang bagi INTENS untuk menarik siswa, terlebih untuk siswa pada jenjang akhir yang akan mengikuti UN CBT.

Berdasarkan penjelasan inovasi diatas maka dapat dirumuskan bahwa tujuan utama inovasi yakni meningkatkan sumber-sumber tenaga, uang dan sarana termasuk struktur dan prosedur organisasi. Sedangkan, tujuan inovasi pendidikan adalah meningkatkan efisiensi, relevansi, kualitas dan efektifitas sarana serta jumlah peserta didik sebanyak-banyaknya dengan hasil pendidikan sebesar-besarnya (menurut kriteria kebutuhan peserta didik, masyarakat dan pembangunan) dengan menggunakan sumber, tenaga, uang, alat dan waktu dalam jumlah yang sekecil-kecilnya. Pernyataan tersebut relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Komara (2013) tentang “Pengaruh Implementasi Inovasi Pendidikan dan Kompetensi Guru Terhadap Produktivitas Sekolah (Studi pada SMP di Kabupaten Ciamis)”. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa

implementasi inovasi pendidikan berpengaruh positif terhadap produktivitas sekolah. Artinya semakin baik implementasi inovasi pendidikan, maka akan semakin baik produktivitas sekolah. Kemudian kompetensi guru berpengaruh positif terhadap produktivitas sekolah. Artinya semakin baik kompetensi guru, maka akan semakin baik produktivitas sekolah. Implementasi inovasi Pendidikan dan kompetensi guru berpengaruh positif terhadap produktivitas sekolah. Artinya semakin baik implementasi inovasi pendidikan dan kompetensi guru, maka akan semakin baik produktivitas sekolah.

Pada penjelasan diatas sudah dijelaskan bahwa kenyataan yang terjadi di era globalisasi sekarang ini persaingan dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakan lagi, baik pendidikan formal maupun pendidikan nonformal. Lembaga non formal seperti bimbingan belajar harus selalu siap dengan perubahan-perubahan yang dikeluarkan pemerintah di bidang pendidikan, juga harus siap bersaing tidak hanya bimbingan belajar sejenis, tetapi sekolah yang menyelenggarakan bimbingan belajar juga merupakan saingan. Maka diperlukan suatu strategi pemasaran yang baik untuk mendorong ketertarikan siswa mengikuti bimbingan belajar. Di era digital seperti ini alat-alat teknologi canggih pun juga bisa dimanfaatkan sebagai strategi untuk pemasaran.

Persaingan antar lembaga pendidikan merupakan sebuah proses evolusi. Maksud evolusi adalah makna persaingan antar lembaga pendidikan yang telah bergeser dari konteks, substansi, strategi, dan polanya sehingga terdapat konsekuensi terhadap kecenderungan kompetisi dalam bisnis pendidikan. Persaingan tidak lagi menyangkut efisiensi penyelenggaraan pendidikan, namun

secara terstruktur telah menjadi common sense jika lembaga pendidikan yang dipilih adalah yang memiliki keunggulan pada hampir semua aspek (input, proses, dan output). Ismara (2005) menyatakan bahwa manajemen pelayanan publik mulai ditinggalkan menjadi manajemen bisnis yang mau tidak mau harus mengutamakan *price, prospect, product, profit, priority, place, people, profile*, dan *promotion*. Akibatnya, juga perlu mempertimbangkan *competitor, competitive advantages, added value*, dan *diversity*, untuk dapat membuat puas customer (*impressive experienced and satisfied services*), sehingga mangsa pasar bisnis pendidikan dicermati dengan sangat teliti. Pernyataan tersebut relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arum (2014) tentang “Manajemen Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Di SMP Rahmat Surabaya”. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa dalam mengembangkan minat konsumen di SMP Rahmat Surabaya, Lembaga ini memadukan empat variabel yang lebih dikenal dengan 4P yaitu *Produk, Price, Place, Promotion*, upaya penerapan manajemen marketing mix ini dimulai dari tahun 2010 yang terbukti dari data survei bahwa kenaikan ini cukup baik jika dibandingkan di tahun-tahun sebelumnya. Usaha pemaduan Manajemen Marketing yang seimbang antara *Produk, Price, Place, Promotion*, di SMP Rahmat Surabaya menjadikan lembaga ini seperti hidup kembali, dimana yang dulunya redup sekarang mulai berjalan mencapai alur persaingan dalam lingkup pendidikan yang sebenarnya.

Berdasarkan fenomena diatas pula peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Strategi Pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam”.

1.2. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang peneliti ajukan pada penelitian ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Persaingan ketat antar lembaga bimbingan belajar sejenis yang lokasinya berdekatan dengan INTENS, misalnya GO dan Primagama.
2. Tidak ada bagian atau departemen yang khusus menangani bagian pemasaran. Tugas pemasaran masih menjadi tanggung jawab Kepala Cabang dibantu dengan para staf. Sehingga pemasaran menjadi tidak terfokus.
3. Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi yang selanjutnya merubah konsep pembelajaran dari konvensional (tradisional) menjadi pembelajaran yang berbasis teknologi, informasi dan komunikasi.
4. Penyelenggaraan UN berbasis komputer atau UN CBT yang ditetapkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan..

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas, maka penelitian ini terfokus pada masalah yang terkait dengan Strategi Pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam. Sehingga yang dikaji dalam penelitian ini adalah pada lingkup Strategi Pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan cakupan penelitian di atas, maka dapat diuraikan rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS?
2. Bagaimana bentuk-bentuk strategi pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, peneliti bertujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis strategi pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS.
2. Menganalisis bentuk-bentuk strategi pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS.

1.6. Manfaat Penelitian

Temuan hasil penelitian ini diharapkan dapat dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis adalah sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan wawasan tentang Strategi Pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam dan dapat menjadi bahan literatur bagi peneliti di bidang pendidikan terutama tentang inovasi pendidikan dan strategi pemasaran.

1.6.2. Manfaat Praktis

1.6.2.1 Bagi Bimbingan Belajar INTENS

Dapat dipergunakan sebagai bahan masukan, saran, memberikan informasi, dan mengembangkan kemampuan bagi INTENS mengenai Strategi Pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam.

1.6.2.2 Bagi Tentor INTENS

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk meningkatkan profesionalitas diri, sehingga mampu mengembangkan pembelajaran berbasis teknologi serta meningkatkan motivasi guru dalam menyelenggarakan proses belajar belajar yang lebih inovatif.

1.6.2.3 Bagi Siswa INTENS

Dapat meningkatkan hasil pembelajaran siswa dengan adanya inovasi pembelajaran yang disusun dengan baik. Memberikan motivasi kepada siswa dalam memahami materi pada proses pembelajaran yang sedang berlangsung.

BAB II

KERANGKA TEORITIK DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1. Strategi Pemasaran

2.1.1. Pengertian Strategi Pemasaran

Definisi strategi bagi dunia usaha yang terkenal adalah dari Chandler (dalam Sistianto, 2003) yakni strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang suatu enterprise dan adopsi tindakan-tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut. Diperjelas lagi oleh Sidik (dalam Sistianto, 2003) bahwa strategi adalah konsep multi dimensi yang mencakup semua kegiatan kritikal suatu perusahaan yang diperlukan yang dipacu oleh lingkungan perusahaan. Strategi pemasaran adalah ilmu yang mempelajari pemasaran dan strategi melalui analisis, pilihan dan implementasi strategi yang diterapkan dalam bisnis atau industri. Strategi merupakan pola umum rentetan kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu (Sanjaya, 2008: 99). Dikatakan pola umum, sebab suatu strategi pada hakekatnya belum mengarah kepada hal-hal yang bersifat praktis, masih berupa rencana atau gambaran menyeluruh. Sedangkan untuk mencapai tujuan, strategi disusun untuk tujuan tertentu.

Menurut Shinta (2011:2) pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian

produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen. Sedangkan menurut Walker dan Larroche (2000:17) pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Jadi pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para produsen dalam mempertahankan kontinuitas usahanya untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya suatu usaha, tergantung keahlian mereka dalam pemasaran, produksi, maupun bidang lain, serta pada kemampuan produsen untuk mengkomunikasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi usaha dapat berjalan lancar.

Menurut penelitian dari Fatkuroji (2015) menjelaskan bahwa pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan organisasi pendidikan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran pendidikan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap lembaga pendidikan. Pemasaran pendidikan mencakup usaha lembaga pendidikan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan bagaimana proses memproduksinya. Sasaran pemasaran lembaga pendidikan adalah calon peserta didik dan orang tua peserta didik, serta masyarakat luas pada umumnya.

Pemasaran pendidikan merupakan langkah pembaharuan ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti ketatnya persaingan untuk memperoleh pelanggan. Bagi lembaga pendidikan yang telah memiliki *image* yang bagus di masyarakat (katakanlah lembaga pendidikan favorit), implementasi pemasaran pendidikan hanya membutuhkan planning yang lebih menyempurnakan keberadaan sekolah tersebut dengan melakukan *improvement quality* yang berkesinambungan dengan inovasi sebagai terobosan baru dalam mengantisipasi permintaan dunia kerja sebagai relevansi pendidikan.

Jasa pendidikan berbeda dengan jasa pada umumnya. Jasa pendidikan merupakan pelayanan yang diberikan sekolah kepada setiap pelanggan. Pelanggan dapat menilai pelayanan lembaga pendidikan ketika sudah merasakan pelayanan tersebut. Pelayanan lembaga pendidikan memiliki berbagai macam seperti, pelayanan tenaga pendidik dan kependidikan dan pelayanan sarana prasarana dan pelayanan proses pembelajaran. Pelayanan sekolah merupakan salah satu kekuatan sekolah yang dapat dipasarkan atau ditawarkan kepada masyarakat. Maka dari itu, jika suatu lembaga pendidikan ingin menarik perhatian masyarakat maka terlebih dahulu harus dapat menawarkan pelayanan sekolah yang berkualitas.

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Assauri, 2004:81).

Jain (dalam Handoko, 2002) menyatakan bahwa secara esensial ada tiga faktor yang dikenal dengan *3 the strategic 3c's* yang perlu diperhatikan dalam membuat strategi pemasaran yaitu: *Consumer, Competition and Company*. Strategi pemasaran yang diadakan oleh suatu perusahaan harus dapat membedakan dirinya sendiri secara efektif dari kompetitornya dan mengalokasikan kekuatannya yang khusus untuk memberikan nilai yang baik kepada konsumen.

Ada kekuatan yang mempengaruhi kompetisi tersebut dikenal dengan "*the five forces – model of competition*". Yang penting untuk diperhatikan adalah bagaimana perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan (*strengths and weaknesses*) perusahaannya, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman (*opportunities and threats*) yang ada dalam industrinya. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) tersebut memberikan gambaran kepada perusahaan tentang strategi yang harus dilakukan. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah kemampuan dan kemauan perusahaan dalam menjawab dan mengatasi masalah, perbaikan masalah, perbaikan lingkungan bisnis, seperti ekonomi, sosial, politik dan perkembangan teknologi (Kotler, 2000).

Harper, Arville & Jean Claude (dalam Sistianto, 2003) mengatakan bahwa keberhasilan perusahaan ditentukan oleh 2 aspek kecocokan strategis. Pertama, strategi pemasarannya yang harus cocok dengan kebutuhan dan hambatan-hambatan dari lingkungan pasar. Kedua, perusahaan harus mampu dengan efektif menerapkan strateginya. Apabila perusahaan tidak mampu menerapkan strategi pilihannya dengan efektif atau strateginya tidak cocok dengan situasi yang

dihadapinya maka akan muncul berbagai masalah. Strategi pemasaran dapat berfokus pada persaingan dan kebutuhan konsumen.

2.1.2. Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran

Menurut Bashori (2017:164) bentuk-bentuk strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan yaitu sebagai berikut:

a. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi merupakan strategi yang paling tepat digunakan bila peluang yang baik dapat diperoleh di luar kegiatan usaha yang ada sekarang, peluang dimana industri yang bersangkutan berdaya tarik tinggi dan perusahaan mempunyai bauran kekuatan bisnis yang dibutuhkan untuk dapat berhasil.

b. Strategi Korporasi

Strategi korporasi merupakan perencanaan jangka panjang secara menyeluruh mengenai bisnis apa yang hendak dimasuki oleh perusahaan yang mempunyai beragam bisnis dan apa yang diinginkan dalam bisnis tersebut sebagai bagian dari korporat serta bagaimana cara perusahaan menciptakan nilai konfigurasi dan koordinasi dari aktivitas multi bisnis pada multi pasarnya. Strategi korporasi pada dasarnya mempunyai dua fokus strategi yaitu penspesifikasian industri dimana divisi bisnis dari organisasi perusahaan akan bersaing pengalokasian sumber-sumber daya perusahaan untuk divisi bisnis itu. Strategi korporasi membuat bidang yang luas dengan keputusan-keputusan pendanaan untuk selalu portofolio dari unit-unit bisnisnya. Dengan strategi korporasi ini, organisasi perusahaan akan lebih dapat menentukan arah untuk

jenis-jenis pesaing mana yang akan siap dihadapi oleh divisi bisnis dan sumber-sumber daya yang tersedia untuk menghadapi persaingan dengan lawan-lawan tersebut. Upaya dalam mengembangkan dan pemeliharaan unggulan yang terdapat pada tingkat korporasi haruslah difokuskan pada upaya menghasilkan sumber-sumber daya manusia yang superior, keuangan dan sumber-sumber daya teknologi serta rancangan selektif dari struktur dan proses organisasi, dan upaya melakukan sinergi antar berbagai bisnis perusahaan. Sinergi pada dasarnya dapat memberikan keunggulan bersaing untuk suatu perusahaan yang mempunyai bisnis yang terkait dengan berbagai investasi riset dan pengembangan, teknologi produksi dan produk, saluran dan jaringan distribusi serta tenaga penjualan dan promosi bersama.

c. Strategi Tingkat Bisnis

Strategi tingkat bisnis yaitu strategi yang dirumuskan dan dijalankan untuk mencapai tujuan bisnis yang diharapkan oleh suatu perusahaan. Tujuan bisnis perusahaan pada umumnya adalah untuk dapat berperan secara domain dalam posisi persaingan perusahaan di pasar. Strategi tingkat bisnis merupakan keputusan untuk mengarahkan agar bisnis perusahaan dapat dipertahankan dan ditingkatkan posisinya. Upaya ini dilakukan dengan terus melaksanakan perbaikan efisiensi dan mengembangkan teknologi yang digunakan dalam operasi agar dapat mencapai biaya rendah dan harga murah. Unit bisnis bersaing dengan industri merupakan fokus dari strategi tingkat bisnis. Masalah utama dalam suatu strategi tingkat bisnis adalah menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Untuk mencapai tujuan dan sasaran

tersebut, maka suatu unit bisnis haruslah mempunyai kompetensi yang sangat gemilang atau terbaik.

d. Strategi Fungsional dalam Bidang Pemasaran

Strategi fungsional merupakan strategi yang berorientasi pada operasional dalam kegiatan bagi pencapaian tujuan dan sasaran bisnis suatu perusahaan. Strategi fungsional ini dikoordinasikan oleh strategi tingkat bisnis. Strategi fungsional merupakan strategi bisnis yang terdapat dalam beberapa bidang seperti bidang teknologi informasi, hubungan manusia, riset dan pengembangan serta pemasaran.

Fokus utama strategi fungsional pemasaran yaitu untuk mengalokasikan secara efektif dan mengkoordinasikan sumber-sumber daya pemasaran dan kegiatan-kegiatan yang diarahkan untuk untuk pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan dalam suatu produk pasar tertentu. Oleh karena itu hal yang kritis bagi pencapaian tujuan tersebut adalah penetapan cakupan atau lingkup strategi pemasaran khususnya yang berkaitan dengan sasaran yang ditetapkan untuk suatu produk atau lini produk tertentu.

e. Strategi Konsentrasi atau Penetrasi Pasar

Strategi konsentrasi atau penetrasi pasar adalah jenis strategi pertumbuhan dan merupakan strategi yang paling umum dijumpai pada berbagai perusahaan dimana perusahaan hanya memfokuskan pada satu lini bisnis utamanya dengan menonjolkan prinsip melakukan satu hal dengan sangat baik. Perusahaan dalam mencapai sasaran pertumbuhan melalui peningkatan level operasi dalam bisnis utamanya dengan tetap fokus pada bisnis intinya. Strategi ini digunakan bagi

perusahaan yang memiliki bisnis tunggal untuk mengejar pertumbuhannya. Strategi konsentrasi adalah bagaimana meningkatkan pertumbuhan perusahaan dengan mengkonsentrasikan pada bisnis intinya. Dalam strategi konsentrasi perusahaan tidak berarti hanya melakukan hal yang sama dengan cara yang sama secara terus menerus, namun mereka memiliki ragam pilihan tindakan strategis.

f. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa saat ini kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun di wilayah area geografis pasar yang baru. Perusahaan berusaha mengembangkan perusahaannya dengan cara memperluas pasar dan memasuki pasar baru dengan menggunakan produk atau jasa yang saat ini dimiliki.

g. Strategi Pengembangan Produk

Perusahaan yang menggunakan pilihan pengembangan produk secara substansial untuk menarik pelanggan di pasar yang telah ada maupun yang dimiliki oleh pesaing. Pengembangan produk baru yang masih terkait dengan lini produk yang selama ini telah dimiliki. Pengembangan produk bukan sekedar perubahan tampilan, tetapi menyangkut fitur, karakter, ciri serta atribut-atribut produk. Pengembangan produk sering dikaitkan dengan usaha memperpanjang daur hidup produk, khususnya produk yang memiliki reputasi yang tinggi dan citra merek yang handal.

h. Strategi Inovasi

Strategi inovasi merupakan strategi untuk meraih *margin premium* yang berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atas suatu produk atau jasa baru. Inovasi tersebut merupakan cara yang digunakan perusahaan untuk menciptakan sumber daya baru, memproduksi keunggulan kompetitif atau mendayagunakan sumber daya yang sudah ada dengan meningkatkan potensinya untuk menghasilkan keuntungan di atas rata-rata. Alasan utama yang mendasari diterapkannya strategi inovasi yaitu menciptakan suatu daur hidup produk baru meskipun membuat using produk yang sudah ada. Dengan demikian, strategi inovasi membuat berbeda dengan strategi pengembangan produk yang memperlama siklus hidup dari produk yang telah ada. Hanya saja masih sedikit perusahaan yang menjadikan inovasi sebagai cara yang mendasar untuk membuat relasi dengan pasarnya.

i. Strategi Integrasi Vertical

Strategi integrasi vertical merupakan strategi pertumbuhan karena melakukan perluasan usaha dengan menambah bidang usaha dari perusahaan pemasok atau bidang usaha dari perusahaan distributornya. Strategi ini dalam menghasilkan pertumbuhan melalui pertumbuhan internal atau mengakuisisi bisnis lain dengan penguasaan tahap-tahap proses produksi konsumsi dari hulu ke hilir. Terdapat dua jenis integrasi *vertical*, yaitu sebagai berikut: a) integrasi *vertical* ke belakang, integrasi vertical ke belakang atau ke arah hulu merupakan strategi yang digunakan untuk meningkatkan pengendalian atas pasokan bahan baku, sumber daya atau jasa. Ini terjadi karena perusahaan menguasai atau

membeli perusahaan pemasoknya dengan menjadi pemasoknya sendiri. Dikatakan integrasi *vertical* ke belakang atau ke hulu karena perusahaan yang diakuisisi berada pada tahapan yang lebih awal dari proses produksi pemasaran; dan, b) integrasi *vertical* ke depan, strategi integrasi *vertical* ke depan atau ke hilir merupakan strategi untuk meningkatkan pengendalian terhadap distribusi *output* maupun terhadap pengecer atas produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan dengan menjadi distributor bagi dirinya sendiri. Ini terjadi karena perusahaan menguasai atau membeli perusahaan yang lebih dekat dengan konsumen seperti distributor pedagang besar, pedagang eceran dan konsumsi industri.

j. Strategi Integrasi Horizontal

Strategi integrasi *horizontal* adalah strategi yang digunakan untuk memperluas operasi perusahaan dengan mengkombinasikan perusahaannya dengan perusahaan yang lain dalam industri yang sama jenis dengan operasi yang sama. Strategi ini menghasilkan pertumbuhan melalui akuisisi atau *marger* bisnis pesaing, yang mempunyai lini bisnis yang sama dengan tujuan meniadakan pesaing dan memberikan perusahaan akses pasar dan teknologi yang baru.

2.1.3. Tujuan Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong terdapat lima tujuan pelaksanaan strategi kompetitif yaitu; (1) membentuk suatu positioning yang tepat yaitu perusahaan berusaha untuk menunjukkan suatu image atau citra tersendiri mengenai perusahaan kepada

pelanggan atau pasar sasaran, (2) mempertahankan pelanggan yang setia, pelanggan yang setia bagaikan kekayaan untuk masa depan, yang jika dikelola dengan baik akan memberikan aliran pemasukan seumur hidup yang baik kepada perusahaan, (3) mendapatkan pangsa pasar baru, perusahaan berusaha untuk mendapatkan dan memperluas pangsa pasar dengan menggunakan strategi bersaing mereka masing-masing untuk meraih pasar seluas-luasnya, (4) memaksimalkan penjualan, proses untuk memaksimalkan laba atau keuntungan tergantung dari efektifitas strategi bersaingnya, selain itu juga tergantung pada seluruh system yang ada dalam perusahaan serta unit-unit fungsional lainnya, (5) menciptakan kinerja bisnis yang efektif, perusahaan harus menciptakan kinerja bisnis yang efektif, agar bisnis mereka dapat dikelola secara strategis, yaitu dengan mendefinisikan kelompok pelanggan yang akan dilayani, kebutuhan pelanggan yang akan dipenuhi, serta teknologi yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

2.1.4. Bauran Pemasaran

Menurut Mamang dan Sopiah (2013:94) dalam melakukan dan merencanakan strategi pemasaran, beberapa perusahaan telah menggunakan berbagai cara yang kemudian dikombinasikan menjadi satu, untuk jenis strategi pemasaran ini lebih akrab dikenal dengan istilah bauran pemasaran. Bauran pemasaran juga dapat didefinisikan sebagai perpaduan berbagai strategi yang berupa kegiatan atau faktor-faktor penting yang merupakan hal-hal yang menjadi inti dari strategi pemasaran itu sendiri.

Dalam pemasaran pendidikan, sangat dibutuhkan adanya bauran pemasaran dalam pendidikan. Bauran pemasaran dalam konteks pendidikan adalah unsur-unsur yang sangat penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan. Bauran pemasaran merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Menurut Khasanah (2015:166) bauran pemasaran terdiri dari 7P yaitu *product, price, promotion, people, physical evidence, process*. Berikut adalah penjabaran dari tujuh prinsip bauran tersebut:

a. *Product* (produk)

Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk dengan kata lain adalah keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan, produk adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya.

Di dalam bauran pemasaran, strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Strategi produk

yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan/bauran produk (*product mix*), merek dagang (*brand*), cara pembungkusan/kemasan produk (*product packaging*), tingkat mutu/kualitas dari produk, dan pelayanan (*services*) yang diberikan.

b. Price (harga)

Price (harga) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga pendidikan yang dipertimbangkan misalnya mengenai penetapan harga bimbingan. Kebanyakan masyarakat cenderung menentukan pilihan bimbingan belajar dengan harga standar namun kualitas dapat bersaing dengan bimbingan belajar lainnya dengan harga mahal. Namun tidak menutup kemungkinan, bagi masyarakat *high class*, lebih memilih bimbingan belajar dengan harga mahal karena biasanya bimbingan belajar harga mahal menawarkan pelayanan yang berkualitas.

c. Place (lokasi)

Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan jasa harus bermarkas dan melakukan aktivitas kegiatannya. Dalam konteks jasa pendidikan *place* adalah lokasi bimbingan belajar berada. Lokasi bimbingan belajar sedikit banyak menjadi referensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri. Lokasi bimbingan belajar yang berada di tengah keramaian akan mengganggu sistem belajar mengajar karena terganggu kebisingan terkecuali tata ruang setiap kelas difasilitasi ruang

kedap suara sehingga siswa maupun guru merasa nyaman melakukan kegiatan belajar mengajar tanpa kebisingan.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk dipasaran yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan cara *advertising* melalui sosial media, brosur, spanduk dan lain-lain. Promosi penjualan juga dapat dilakukan melalui pameran pendidikan, bazar pendidikan disekolah-sekolah, melakukan kontak langsung dengan siswa dan juga melakukan kegiatan hubungan dengan masyarakat. Kegiatan promosi merupakan inti dari pemasaran. Berbicara promosi berarti berbicara mengenai pemasaran.

Menurut Swastha dan Irawan (2005:347) bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling*, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Bauran promosi merupakan alat-alat yang digunakan dalam promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan dan pemasaran langsung. Adapun beberapa jenis-jenis bauran promosi, yaitu :

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah penyajian informasi *non personal* tentang suatu produk, merek, perusahaan atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu. Menurut Swastha (2008:245) mendefinisikan bahwa periklanan adalah komunikasi *non*

individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga *non* laba, serta individu-individu.

2) **Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)**

Menurut Rangkuti (2009:179) penjualan personal (*personal selling*) adalah melibatkan interaksi personal langsung antara seorang pembeli potensial dan dengan seorang *salesmen*. Menurut Nickels yang dikutip Swastha (2008:260) penjualan pribadi (*personal selling*) adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

3) **Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)**

Menurut Rangkuti (2009:178) promosi penjualan (*sales promotion*) adalah rangsangan langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Nickels yang dikutip Swastha (2008:279) promosi penjualan (*sales promotion*) adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan, publisitas, yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya.

4) **Publishing (*Publicity*)**

Menurut Rangkuti (2009:179) publisitas (*publicity*) adalah bentuk bentuk komunikasi tentang perusahaan, produk, atau merek si pemasar yang tidak membutuhkan pembayaran.

e. ***People* (orang)**

People dalam konteks pendidikan adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyampaian jasa pendidikan seperti direktur atau kepala, bidang akademik dan tutor. Sumber daya pendidik dan kependidikan ini penting bahkan menjadi ujung tombak dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada para siswa dalam lembaga bimbingan belajar. Kualitas pelayanan tergantung pada kualitas setiap tenaga pendidik dan kependidikan. Lembaga bimbingan belajar dinilai perlu memperhatikan sumber daya manusia nya dengan memberikan kenyamanan untuk melaksanakan berbagai program layanan di bimbingan belajar.

f. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Physical Evidence (bukti fisik) adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumennya. Terdapat dua macam bukti fisik yakni, pertama merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak gedung seperti kelas, gedung lembaga bimbingan belajar dan lain-lain. Kedua, bukti pendukung merupakan nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak akan berdiri sendiri dan memiliki peran yang sangat penting dalam proses jasa seperti hasil tes siswa atau bisa disebut raport, catatan siswa dan lain-lain.

g. *Process* (proses)

Proses adalah prosedur atau mekanisme dalam rangkaian aktivitas untuk menyampaikan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan proses adalah proses pendidikan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar guna terbentuknya produk/lulusan yang diinginkan.

2.2. Inovasi Program Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Teknologi

2.2.1. Pengertian Inovasi

Menurut Wijaya (1992:9) inovasi (*innovation*) adalah upaya memperkenalkan berbagai hal yang baru dengan maksud memperbaiki apa apa yang sudah terbiasa demi timbulnya praktik yang baru baik dalam metode ataupun cara-cara bekerja untuk mencapai tujuan. Berdasarkan studi *Center for Educational research and Innovation* tahun 1973 sudah didefinisikan bahwa inovasi menunjukkan sesuatu tindakan yang baru dalam organisasi dan kehidupan manusia. Dalam hal ini inovasi sebagai suatu usaha yang dilakukan secara sengaja untuk meningkatkan praktik dalam mencapai tujuan dan selanjutnya dinyatakan suatu pembaharuan adalah suatu inovasi dari suatu sistem dalam skala yang luas. Kemudian Drucker (1990:1 dan 11) berpendapat bahwa inovasi adalah sebagai perubahan yang menciptakan dimensi baru kinerja. Sesungguhnya harus diakui bahwa manusia memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan menciptakan sesuatu untuk pembaharuan.

Selanjutnya menurut Rogers dan Shoemaker (1987:26) inovasi adalah gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Tidak menjadi soal, sejauh dihubungkan dengan tingkah laku manusia, apakah ide itu betul-betul baru atau tidak jika diukur dengan selang waktu sejak digunakannya atau ditemukannya pertama kali. Dalam konteks lain inovasi adalah pengenalan cara-cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentrasformasikan input menjadi output sehingga menghasilkan perubahan besar dalam perbandingan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen dan atau pengguna (Fontana, 2009: 22). Dari beberapa pendapat di atas, jelaslah bahwa inovasi adalah

memperkenalkan ide baru atau barang baru, pelayanan baru dan cara-cara baru yang lebih bermanfaat bagi kehidupan manusia. Dalam konteks ini tentu saja inovasi biasanya berhubungan dengan kreativitas manusia.

Hakikat inovasi atau innovation berasal dari kata *to innovate* yang mempunyai arti yaitu membuat perubahan atau memperkenalkan sesuatu yang baru. Hal yang praktis, metode, cara, barang-barang buatan manusia, yang diamati atau dirasakan sebagai suatu yang baru bagi seseorang atau kelompok orang (masyarakat). Hal yang baru itu dapat berupa invensi atau *discovery*, yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk memecahkan masalah. Inovasi diartikan penemuan yang kemudian dimaknai sebagai sesuatu yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang baik berupa *discovery* maupun invention untuk mencapai tujuan atau untuk memecahkan masalah tertentu. Dalam inovasi tercakup *discovery* dan *invention*.

Kata kunci lainnya dalam pengertian inovasi adalah yang baru. Hamijoyo (dalam Wijaya dkk, 1992:6) menjabarkan bahwa kata baru diartikan sebagai apa saja yang belum dipahami, diterima atau dilaksanakan oleh si penerima pembaharuan, meskipun mungkin bukan baru lagi bagi orang lain. Akan tetapi, yang lebih penting dari sifatnya yang baru adalah sifat kualitatif yang berbeda dari sebelumnya. Makna kualitatif berarti bahwa inovasi itu memungkinkan adanya reorganisasi atau pengaturan kembali dalam bidang yang mendapat inovasi. Inovasi akan tampak nyata jika telah menjadi kelakuan, tindakan atau sesuatu barang yang dihasilkan sebagai konsekuensi inovasi yang dilakukan seseorang atau kelompok dalam organisasi dan atau masyarakat tertentu. Inovasi adalah perubahan yang

direncanakan, yang bertujuan untuk memperbaiki praktik menuju keadaan yang lebih baik. Tegasnya inovasi adalah sesuatu yang baru, yang membuat terciptanya suasana baru karena adanya cara baru untuk memenuhi kebutuhan manusia (Ancok, 2011:3). Inovasi yang berhasil adalah inovasi yang menciptakan nilai lebih besar untuk konsumen, untuk komunitas dan untuk lingkungan pada saat yang sama (Fontana, 2009:18).

2.2.2. Manfaat Inovasi

Menurut Syafaruddin, dkk (2012:63) inovasi akan mempunyai makna jika inovasi tersebut diterapkan atau diadopsi, sebab jika inovasi tersebut tidak diterapkan/diadopsi/disebarluaskan maka inovasi tersebut hanya akan menjadi inovasi yang tidak terpakai. Terhadap pengadopsian ini dikenal strategi sentralisasi dan strategi desentralisasi (disebut penyebaran/difusi inovasi jika ditinjau dari sisi pengembang inovasi, sedangkan adopsi inovasi merupakan prosedur yang dilihat dari sisi calon pemakai/adopter). Baik strategi sentralisasi maupun desentralisasi akan memunculkan permasalahan baru pada saat adopsi/difusinya. Dalam bidang pendidikan, misalnya, untuk memecahkan persoalan-persoalan pendidikan yang dihadapi, telah banyak dilontarkan model-model inovasi dalam berbagai bidang antara lain: usaha pemerataan pendidikan, peningkatan mutu, peningkatan efisiensi dan efektivitas pendidikan, dan relevansi pendidikan. Kesemuanya dimaksudkan agar difusi inovasi yang dilakukan bisa diadopsi dan dimanfaatkan untuk perbaikan dan pemecahan persoalan pendidikan di tanah air.

Sejauh ini dalam bidang pendidikan, banyak usaha yang dilakukan untuk kegiatan yang sifatnya pembaruan atau inovasi pendidikan. Inovasi yang terjadi dalam bidang pendidikan tersebut, antara lain dalam hal manajemen pendidikan, metodologi pengajaran, media, sumber belajar, pelatihan guru, implementasi kurikulum. Salah satu aspek penting dalam konteks pendidikan di manapun adalah dengan memperhatikan kurikulum yang diusung oleh Pendidikan tersebut. Inovasi ini sengaja diciptakan oleh atasan sebagai usaha untuk meningkatkan mutu pendidikan atau pemerataan kesempatan untuk memperoleh pendidikan berkualitas/unggul, ataupun sebagai usaha untuk meningkatkan efisiensi dan sebagainya. Inovasi seperti ini dilakukan dan diterapkan kepada bawahan dengan cara mengajak, menganjurkan dan bahkan memaksakan apa yang menurut pencipta pembaharuan itu baik untuk kepentingan bawahannya. Dan bawahan tidak punya otoritas untuk menolak pelaksanaan hal-hal yang baru bagi kepentingan lembaga dan masyarakatnya. Banyak contoh inovasi yang dilakukan oleh Depdiknas selama beberapa dekade terakhir ini, seperti Cara Belajar Siswa Aktif (CBSA), Guru Pamong, Sistem Pengajaran Modul, Sistem Belajar jarak jauh, pendidikan berbasis jaringan/e-learning, dan lain-lain.

Dalam pendidikan, sebuah strategi bila menekankan pada pemahaman pelaksana dan penerima inovasi, maka pelaksanaan inovasi dapat dilakukan berulang kali. Misalnya dalam pelaksanaan perbaikan sistem belajar mengajar di sekolah, para guru sebagai pelaksana inovasi berulang kali melaksanakan perubahan-perubahan itu sesuai dengan kaidah-kaidah pendidikan. Kecenderungan pelaksanaan model yang demikian agaknya lebih menekankan pada proses

mendidik dibandingkan dengan hasil dari perubahan itu sendiri. Pendidikan yang dilaksanakan lebih mendapat porsi yang dominan sesuai dengan tujuan menurut pikiran dan rasionalitas yang dilakukan berkali-kali agar semua tujuan yang sesuai dengan pikiran dan kehendak pencipta dan pelaksananya dapat tercapai.

2.2.3. Karakteristik Inovasi

Inovasi dapat menjadi positif atau negatif. Inovasi positif didefinisikan sebagai proses membuat perubahan terhadap sesuatu yang telah mapan dengan memperkenalkan sesuatu yang baru dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan mencapai keuntungan. Inovasi negatif sesuatu kreativitas dan penemuan baru yang menyebabkan pelanggan enggan untuk memakai produk tersebut karena tidak memiliki nilai tambah, merusak cita rasa dan mengakibatkan kepercayaan pelanggan hilang. Menurut Rogers dan Shoemaker (1987:26) kebaruan dalam inovasi itu diukur secara subjektif, menurut pandangan individu yang menangkapnya. Jika suatu ide dianggap baru oleh seseorang maka ia adalah inovasi (bagi orang itu). Dalam hal ini baru dalam ide yang inovatif tidak berarti harus baru sama sekali. Dari contoh di atas, tampak bahwa inovasi memiliki beberapa ciri.

King dan Anderson (dalam Syafaruddin, 2012: 33) menjelaskan ciri inovasi, yaitu; (1) suatu inovasi adalah hasil yang dapat dilihat, proses atau hasil dalam suatu organisasi. Suatu gagasan baru yang memiliki titik permulaan bagi suatu inovasi, (2) suatu inovasi harus merupakan suatu latar sosial baru yang diperkenalkan terhadap kelompok kerja, bidang atau seluruh organisasi, (3) suatu inovasi harus bertujuan bukan sekedar bersifat sesaat. Jika suatu pabrik mengurangi produksinya

hal itu karena akan mempengaruhi terhadap peralatan, staf dan bukan merupakan suatu inovasi, (4) suatu inovasi bukan merupakan perubahan rutin. Perjanjian dengan anggota staf baru yang berpindah atau diberhentikan, tidak berkenaan dengan perubahan atau inovasi.

Sedangkan menurut Rogers (dalam Syafaruddin, 2012: 34), ciri-ciri suatu inovasi, yaitu sebagai berikut; (1) adanya keuntungan relatif, yaitu sejauh mana satu inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya. Tingkat keuntungan atau kemanfaatan suatu inovasi dapat diukur berdasarkan nilai ekonominya atau dari faktor sosial, kesenangan, kepuasan, atau karena mempunyai komponen yang sangat penting. Dengan semakin menguntungkan bagi penerima makin cepat tersebarnya inovasi. Dalam hal ini penggunaan kompor gas yang lebih hemat telah memberikan keuntungan pada banyak pihak, (2) bersifat "*kompatibel*", yaitu tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman lalu dan kebutuhan dari penerima. Inovasi yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma yang ada di masyarakat. Misalnya penyebarluasan penggunaan alat kontrasepsi di masyarakat yang keyakinan agamanya melarang penggunaan alat tersebut maka tentu saja penyebaran inovasi akan lambat, bahkan terhambat, (3) bersifat "*kompleksitas*", yaitu suatu inovasi memiliki tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerimanya. Misalnya, penyuluh kesehatan memberitahu masyarakat pedesaan untuk membiasakan memasak air yang akan diminum. Sedangkan masyarakat tidak mengetahui tentang teori penyebaran penyakit melalui kuman yang terdapat pada air minum, tentu saja penyuluhan,

ajakan atau imbauan tersebut sukar untuk diterima, sebelum penyuluh kesehatan memberikan pengarahan tentang penyebaran berbagai penyakit yang berasal dari air minum dan sanitasi yang tidak sehat, (4) bersifat "*triabilitas*", yaitu suatu inovasi yang ada apakah dapat dicoba atau tidak dalam kehidupan penerima. Suatu inovasi harus benar-benar dapat dicobakan oleh penerima. Misalnya, penyebaran secara luas penggunaan bibit unggul padi "gogo" akan cepat diterima oleh masyarakat jika masyarakat dapat mencoba dulu untuk menanam dan dapat melihat hasilnya, (5) bersifat "*observabilitas*", yaitu suatu inovasi benar-benar dapat diamati hasilnya atau keuntungannya. Karena itu inovasi harus mudah diamati hasil yang ditimbulkannya. Misalnya, untuk mengajak para petani yang tidak dapat membaca dan menulis dalam belajar membaca dan menulis. Namun tindakan tersebut tidak segera diikuti oleh para petani karena mereka tidak cepat melihat hasilnya secara nyata.

Ukuran baru suatu ide atau gagasan, kelakuan atau benda yang dihasilkan adalah relatif, artinya bersifat subyektif menurut pandangan seseorang yang menangkapnya. Jika seseorang menganggap suatu gagasan baru artinya secara kualitatif berbeda dari kebiasaan yang ada. Dengan demikian baru dalam ide yang inovatif tidak berarti harus baru sama sekali. Setiap ide/gagasan pernah menjadi inovasi. Setiap inovasi pasti berubah seiring dengan berlakunya waktu. Ada inovasi yang perlu disebarluaskan dan diadopsi, inovasi yang tidak cocok dengan seseorang maupun sosial, bisa mendatangkan bahaya dan tidak ekonomis. Ada inovasi yang tidak berwujud, hanya berupa ide saja, seperti ideologi, dan ada pula yang disamping ide juga mempunyai obyek fisik, misalnya traktor.

Inovasi dilakukan dengan tujuan tertentu atau untuk memecahkan masalah. Karena itu, suatu inovasi dapat dimulai dengan tersedianya peluang-peluang untuk berinovasi. Peluang-peluang ini datang dari inovasi-inovasi yang dapat ditiru ataupun dibeli dari organisasi-organisasi lainnya. Peluang-peluang untuk berinovasi pun tumbuh dari adanya pengembangan yang terencana dari organisasi yang bersangkutan, yang berusaha untuk menerapkan pengetahuan baru serta berantisipasi akan adanya inovasi-inovasi dan kebijakan-kebijakan teknologis.

2.2.4. Faktor Pendorong Inovasi

Ancok (2012:58) mengemukakan bahwa kajian yang dilakukan oleh para pakar tentang faktor yang merupakan pendorong inovasi telah banyak dilakukan. Menurut Amabile, Mumford dan Gustafson (dalam Syafaruddin, 2012: 34) menemukan bahwa kepemimpinan adalah salah satu faktor utama pengungkit inovasi. Selain itu, faktor struktur dan proses organisasi berupa jejaring kerja sama dalam organisasi (*intraorganizational network*) dan kemampuan belajar organisasi (*organizational learning*) juga menentukan terjadinya inovasi.

Lebih lanjut dijelaskannya bahwa banyak pakar yang membicarakan masalah inovasi yang beberapa perangkat pendukung munculnya inovasi. Pada umumnya, para pakar sependapat bahwa proses inovasi itu memerlukan akumulasi pengetahuan. Sebuah organisasi yang berbasis pada pengetahuan memerlukan adanya modal yang mendukung kinerja organisasi. Kehadiran modal dan akhirnya memunculkan berbagai inovasi yang mendukung kinerja keuangan perusahaan (*financial performance*). Kinerja keuangan ini disebabkan oleh kemampuan

organisasi untuk menghasilkan produk dan jasa yang inovatif yang disertai oleh pelayanan prima terhadap pelanggan sehingga mau membeli produk dan jasa dan memiliki loyalitas pada produk dan jasa.

Pendorong lainnya untuk inovasi disamping sifat kreatif yang ada secara kodrati, oleh Barnett (dalam Syafaruddin, 2012: 34) disebutkan secara terperinci, dapat digolongkan dalam tiga hal penting, yaitu keinginan-keinginan yang dari dalam sendiri, keinginan atau kebutuhan yang bergantung dengan pihak lain, dan kehendak untuk berubah.

2.2.5. Pengertian Program Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Teknologi

Program adalah unsur pertama yang harus ada demi terciptanya suatu kegiatan. Melalui program maka segala bentuk rencana akan lebih terorganisir dan lebih mudah untuk dioperasionalkan. Suatu program adalah kumpulan proyek-proyek yang berhubungan telah dirancang untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan yang harmonis dan secara integratif untuk mencapai sasaran kebijaksanaan tersebut secara keseluruhan. Menurut Charles O. Jones, pengertian program adalah cara yang disahkan untuk mencapai tujuan, beberapa karakteristik tertentu yang dapat membantu seseorang untuk mengidentifikasi suatu aktivitas sebagai program atau tidak yaitu program cenderung membutuhkan staf, misalnya untuk melaksanakan atau sebagai pelaku program.

Program biasanya memiliki anggaran tersendiri, program kadang biasanya juga diidentifikasi melalui anggaran. Program memiliki identitas sendiri, yang bila berjalan secara efektif dapat diakui oleh publik. Program terbaik di dunia adalah

program yang didasarkan pada model teoritis yang jelas, yakni: sebelum menentukan masalah sosial yang ingin diatasi dan memulai melakukan intervensi, maka sebelumnya harus ada pemikiran yang serius terhadap bagaimana dan mengapa masalah itu terjadi dan apa yang menjadi solusi terbaik (Jones, 1996:295).

Hakikatnya, pendidikan merupakan proses interaksi manusiawi yang ditandai keseimbangan antara kedaulatan subjek didik dengan kewibawaan pendidik. Proses ini mencakup di dalamnya usaha penyiapan subjek didik menghadapi lingkungan yang mengalami perubahan yang semakin pesat. Pendidikan bertujuan secara general demi meningkatkan kualitas kehidupan pribadi dan masyarakat yang berlangsung seumur hidup. Pendidikan merupakan kiat dalam menerapkan prinsip-prinsip ilmu pengetahuan dan teknologi bagi pembentukan manusia seutuhnya secara manusiawi. Menurut UUSPN 2 tahun 1989, pendidikan adalah usaha sadar untuk mempersiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan atau latihan bagi peranannya di masa yang akan datang. Kemudian menurut UU Sisdiknas 20 tahun 2003 pasal 1 ayat 1, diperjelas kembali bahwasanya pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar, agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara RI, yang bersumber pada ajaran agama, keanekaragaman budaya Indonesia dan tanggap terhadap perubahan zaman.” Maka, berdasarkan pengertian-pengertian di atas, pendidikan adalah suatu interaksi antar manusia yang dilakukan secara sadar,

dalam upaya mengembangkan potensi dalam diri baik mental maupun intelektual, demi memenuhi kebutuhan pribadi dan lingkungan.

Pelatihan pada hakikatnya mengandung unsur-unsur pembinaan dan pendidikan. UU Sisdiknas 20 tahun 2003 pasal 26 ayat 4 menyatakan bahwa lembaga pelatihan merupakan satuan pendidikan non formal, di samping satuan pendidikan lainnya seperti kursus, majelis ta'lim, kelompok belajar, kelompok bermain, taman penitipan anak, Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM), dan satuan pendidikan lainnya yang sejenis. Menurut Friedman dan Yardrough (1985: 4) bahwa pelatihan merupakan upaya pembelajaran yang diselenggarakan oleh organisasi untuk pemenuhan kebutuhan dan untuk mencapai organisasi. Pelatihan dianggap berhasil bila menyiapkan performan SDM yang seharusnya yang diinginkan oleh organisasi penyelenggara pelatihan.

Kata teknologi secara harfiah berasal dari bahasa latin *texere* yang berarti menyusun atau membangun. Sehingga istilah teknologi seharusnya tidak terbatas pada penggunaan mesin, meskipun dalam arti sempit hal tersebut sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Roger (1983) teknologi adalah suatu rancangan (desain) untuk alat bantu tindakan yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu hal yang diinginkan. Jacques Ellul (1967) mengartikan teknologi sebagai keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efisiensi dalam setiap kegiatan manusia. yang lalu karena dorongan untuk hidup yang lebih nyaman, lebih makmur dan lebih sejahtera. Jadi sejak awal peradaban sebenarnya telah ada teknologi, meskipun istilah teknologi belum digunakan. Istilah teknologi berasal dari *techne* atau cara

dan *logos* atau pengetahuan. Jadi secara harfiah teknologi dapat diartikan pengetahuan tentang cara. Pengertian teknologi sendiri menurutnya adalah cara melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan bantuan akal dan alat, sehingga seakan-akan memperpanjang, memperkuat atau membuat lebih ampuh anggota tubuh, pancaindra dan otak manusia.

Dari penjelasan mengenai pengertian-pengertian dapat disimpulkan bahwa program pemasaran pendidikan dan pelatihan berbasis teknologi adalah upaya pembelajaran yang diselenggarakan oleh organisasi untuk pemenuhan kebutuhan dan mempersiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan atau latihan bagi peranannya di masa yang akan datang dengan memanfaatkan teknologi guna mencapai tujuan organisasi.

2.2.6. Bentuk-Bentuk Inovasi Program Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Teknologi

Menurut Rizka dan Hardiansyah (2016) inovasi program khususnya di Lembaga Bimbingan Belajar adalah suatu program pendidikan yang diselenggarakan oleh lembaga tersebut dengan inisiatif dan perancangan program berbasis pada kebutuhan masyarakat dan potensi lingkungan.

2.2.6.1. Pembelajaran Berbasis *Information Communication Technology* (ICT)

a. Pengertian *Information Communication Technology* (ICT)

Media dalam konteks pembelajaran berarti bahasa, maka multimedia dalam konteks tersebut adalah multibahasa, yakni bahasa yang mudah dipahami oleh

indera pendengaran, penglihatan, penciuman, peraba dan lain sebagainya. Dalam bahasa lain multimedia pembelajaran adalah media yang mampu melibatkan banyak indera dan organ tubuh selama proses pembelajaran berlangsung. Menurut Munadi komputer adalah alat elektronik yang termasuk pada kategori multimedia. Komputer mampu melibatkan berbagai indera dan organ tubuh, seperti telinga (*audio*), mata (*visual*), dan tangan (*kinestetik*), yang dengan pelibatan ini memungkinkan informasi atau pesannya mudah dimengerti. Komputer ini sebagai mesin yang memiliki kemampuan mengolah berbagai macam simbol bahasa sebagai stimulus mulai dari angka, huruf, kata, simbol suara, gambar diam, gambar gerak, dan lain-lain (Munadi, 2008: 148-149).

Kecenderungan teknologi informasi mengarah pada pemanfaatan teknologi komputer dan teknologi terkait dalam mengintegrasikan suatu informasi secara komprehensif. Informasi yang dihasilkan akan ditransfer melalui suatu jejaring (*network*) ketempat lainnya dan menghasilkan keluaran (*ouput*) yang sama. Implementasinya berupa penerapan aplikasi multimedia, aplikasi program berorientasi objek (*object oriented*) dan berbasis web (*web based*) melalui media internet, dan penerapan paket aplikasi terpadu atau terintegrasi (*integration software package*) (Warsita, 2008: 136). Program pembelajaran dengan alat bantu komputer ini memanfaatkan seluruh kemampuan komputer, terdiri dari gabungan hampir seluruh media, yaitu: teks, grafis, gambar, foto, audio, video, dan animasi. Seluruh media tersebut secara konvergen, akan saling mendukung dan melebur menjadi satu media yang luar biasa kemampuannya. Salah satu keunggulan media komputer ini yang tidak dimiliki oleh berbagai media lain, ialah kemampuannya

untuk memfasilitasi interaktivitas peserta didik dengan sumber belajar (*content*) yang ada pada komputer (*man and machine interactivity*).

Multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan gambar video. Selain itu definisi multimedia menurut sumber lain adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi dan video dengan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat bernavigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi. Menurut Oetomo dalam Priyanto (2009: 94) secara umum multimedia diartikan sebagai kombinasi teks, gambar, seni grafik, animasi, suara dan video. Aneka media digabungkan menjadi satu kesatuan kerja yang akan menghasilkan suatu informasi yang memiliki nilai komunikasi yang saat tinggi. Artinya, informasi bahkan tidak hanya dapat dilihat sebagai cetakan, melainkan dapat didengar, membentuk simulasi dan animasi yang dapat membangkitkan minat dan memiliki nilai seni yang tinggi dalam penyajiannya.

Menurut Munir, komputer merupakan alat atau sarana yang membantu pengajar dalam proses pembelajaran, sehingga bukan diarahkan untuk menggeser perannya sebagai pengajar. Betapapun canggihnya komputer, tidak akan dapat mengalikan fungsi pengajar, karena pengajar merupakan faktor penting dalam proses pembelajaran. Melalui pengajarlah komputer dapat dimanfaatkan dalam proses pembelajaran (Munir, 2009: 47).

Dapat disimpulkan bahwa pembelajaran berbasis ICT dengan menggunakan alat bantu komputer multimedia adalah kegiatan belajar mengajar yang melibatkan

guru dan peserta didik dengan memanfaatkan komputer multimedia yang berupa laptop, proyektor (LCD) dan CD pembelajaran dalam menyampaikan materi pelajaran agar peserta didik dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman serta dapat menarik perhatian siswa sehingga ada keinginan, minat, dan motivasi dalam proses belajar.

b. Prinsip-Prinsip *Information Communication Technology* (ICT)

Hardyansyah dan Widodo mengemukakan (2015) bahwa prinsip umum penggunaan ICT dalam pendidikan, adalah sebagai berikut; (1) efektif dan efisien yaitu penggunaan ICT harus memperhatikan manfaat dari teknologi ini dalam hal mengefektifkan belajar, meliputi pemerolehan ilmu, kemudahan dan keterjangkauan, baik waktu maupun biaya. Dengan demikian, penggunaan ICT yang justru membebani akan berakibat tidak berjalannya pembelajaran secara efektif dan efisien, (2) optimal yaitu dengan menggunakan ICT, paling tidak pembelajaran menjadi bernilai lebih daripada tanpa menggunakannya. Nilai lebih yang diberikan ICT adalah keluasan cakupan, kekinian (*up to date*), kemodernan dan keterbukaan, (3) menarik yang artinya dalam prinsip ini, pembelajaran di kelas akan lebih menarik dan memancing keingintahuan yang lebih. Pembelajaran yang tidak menarik dan memancing keingintahuan yang lebih akan berjalan membosankan dan kontra produktif untuk pembelajaran, (4) merangsang daya kreatifitas berpikir bagi setiap peserta didik selama proses pembelajaran berlangsung.

c. Manfaat *Information Communication Technology* (ICT)

Manfaat ICT dengan menggunakan alat bantu komputer multimedia dalam pembelajaran teknologi komputer merupakan kemajuan teknologi yang bertaraf canggih, bahkan menjadi suatu karakteristik yang tidak bisa diabaikan dalam keseluruhan hidup modernisasi dan akselerasi saat ini dan masa depan. Penggunaan komputer sebagai alat bantu dalam memproseskan dan pembuatan keputusan manajerial bukan lagi sebagai keharusan mendesak melainkan juga menjadi kebutuhan mutlak bagi semua orang. Komputer merupakan media yang dapat membantu pembelajar belajar secara individual. Dalam pembelajaran, peranan komputer multimedia menjadi semakin penting di masa kini, karena system multimedia yang terdiri dari komponen media-media (teks, gambar, grafik, animasi, audio dan video) tersebut dirancang untuk saling melengkapi sehingga menjadi suatu sistem yang berdaya guna, dimana suatu kesatuan menjadi lebih baik dari pada bagianbagiannya.

Pemanfaatan multimedia berbasis komputer yang dapat digunakan dalam proses pembelajaran, meliputi; (1) multimedia presentasi digunakan untuk menjelaskan materi-materi yang sifatnya teoritis digunakan dalam pembelajaran klasikal, baik untuk kelompok kecil maupun besar. Multimedia ini cukup efektif sebab menggunakan multimedia proyektor yang memiliki jangkauan pancar cukup besar. Biasanya menggunakan perangkat lunak yakni power point. Kegiatan presentasi sangat mudah, dinamis dan sangat menarik, (2) program multimedia Interaktif dapat digunakan dalam kegiatan pembelajaran sebab cukup efektif meningkatkan hasil belajar siswa. Penggunaan multimedia interaktif cocok untuk

mengajarkan suatu proses atau tahapan, misalnya penyerbukan pada tumbuhan, ilmu waris, pelaksanaan haji. Proses pembelajaran ini memudahkan peserta didik bisa secara individual maupun kelompok, (3) sarana simulasi ini mencoba proses dinamis yang terjadi di dunia nyata, misalnya untuk mensimulasikan pesawat terbang yang memungkinkan peserta didik dalam akademi penerbangan dapat berlatih tanpa menghadapi resiko jatuh. Contoh lain, tampilan multimedia dalam bentuk animasi yang memungkinkan peserta didik pada jurusan eksakta seperti matematika, fisika, biologi dan kimia melakukan percobaan tanpa harus berada dilaboratorium, (4) video pembelajaran, pemanfaatan multimedia berbasis komputer dalam pembelajaran, selain dapat digunakan untuk multimedia presentasi dan CD multimedia interaktif ia juga dapat digunakan untuk memutar video pembelajaran Video bersifat interaktif tutorial bimbingan peserta didik untuk memahami sebuah materi melalui visualisasi. Peserta didik dapat secara efektif mengikuti kegiatan praktik sesuai dengan yang diajarkan dalam video.

Manfaat komputer multimedia dalam pembelajaran, yaitu; (1) pembelajaran dapat bekerja secara mandiri menurut tingkat kemampuannya atau dalam kelompok kecil, (2) lebih efektif untuk menjelaskan materi baru yang bersifat simulasi interaktif sehingga pembelajar mendapatkan suatu pengalaman belajar yang menarik (Priyanto, 2009: 97-98).

Pengembangan multimedia dilakukan untuk memperoleh beberapa manfaat bagi pembelajar, yaitu; (1) *active learning* bagi pembelajar sehingga dapat mengurangi kapasitas belajar, (2) meningkatkan efektifitas belajar sehingga dapat meningkatkan pencapaian kompetensi belajarnya, (3) meningkatkan efesiensi

belajar sehingga dapat mengoptimalkan waktu belajarnya, (4) media yang menarik bagi pembelajar sehingga dapat meningkatkan motivasi belajarnya, (5) alternatif sumber belajar mandiri yang motivasional (dapat meningkatkan motivasi) dan situasional (dapat dilaksanakan kapan atau dimana saja) bagi para pembelajar.

Pengembangan multimedia dilakukan untuk memperoleh beberapa manfaat bagi pengajar, yaitu; (1) media bantu yang efektif bagi pengajar dalam mengelola kegiatan pembelajaran siswa baik secara klasikal maupun individual, (2) mengatasi keterbatasan waktu yang tersedia dengan padat /banyaknya materi pelajaran yang harus diselesaikan sehingga produk multimedia ini menjadi metode alternatif yang efektif, efisien sekaligus menarik dalam menyajikan pelajaran.

Pengembangan multimedia dilakukan untuk memperoleh beberapa manfaat bagi lembaga pendidikan, yaitu; (1) meningkatkan kualitas pembelajaran dalam penyelenggaraan pendidikan pada sebuah lembaga pendidikan, (2) akan mencerminkan sebuah lembaga pendidikan adaptif dengan tuntunan kemajuan, modernisasi, dan globalisasi (Priyanto, 2009: 97- 98).

2.2.6.2 Evaluasi Berbasis *Computer Based Test (CBT)*

Kata evaluasi sering digunakan dalam pendidikan. Pada konteks ini, evaluasi berarti penilaian atau pengukuran. Evaluasi berguna untuk mendapatkan umpan balik kepada guru tentang tujuan pengajaran yang telah dicapai, sehingga guru dapat mengevaluasi dirinya untuk memperbaiki langkah dalam kegiatan mengajar (Suryosubroto, 2005: 143). Sedangkan, evaluasi pembelajaran adalah suatu proses

atau kegiatan untuk menentukan nilai, kriteria judgment atau tindakan dalam pembelajaran.

a. Pengertian *Computer Based Test (CBT)*

Saat ini bukan hanya proses pembelajarannya yang berbasis ICT, tetapi tes/evaluasi berbasis komputer (CBT) dengan berbagai model aplikasi pun mulai marak dikembangkan. CBT adalah sistem evaluasi berbantuan komputer yang bertujuan untuk membantu guru dalam melaksanakan evaluasi, baik penskoran, pelaksanaan tes maupun efektifitas dan efisiensi pelaksanaannya. Tes nantinya akan berbantuan media dan pelaksanaanyapun menggunakan komputer secara online.

Menurut Daitith (2004), CBT merupakan penggunaan komputer untuk mengendalikan, baik *digital* maupun *analog* teknik pengujian dan evaluasi kualitas komponen dan produk. Selain itu, menurut Romiszowki (1988:306):

“Computer Based Testing may (like CMI) be part of a CAI sistem, or may be a stand alone facility. Some computer based testing facilities are no more than an item bank, which can be used to generate two or more tests of equivalent content and difficulty, to be used at different moments in conventional classroom“

Sistem *Computer Based Testing* atau pelaksanaan evaluasi dengan berbantuan komputer merupakan turunan atau pengembangan sistem *Computer Assisted Instructional* (CAI) atau pembelajaran berbantuan komputer yang dikhususkan pada bidang garapan evaluasi meliputi kumpulan-kumpulan soal dan proses penskoran otomatis, media audio, video dan interaktif serta *autorun*. Menurut Sri Lestari, CBT adalah suatu metode administrasi tes yang dilakukan secara elektronik dengan dicatat, dinilai, atau keduanya. CBT merupakan sistem penialain

berdasarkan

b. Keuntungan dan Kerugian *Computer Based Test* (CBT)

Computer Based Test (CBT) merupakan inovasi baru di era digital teknologi. Dengan teknologi pendidikan yang efektif, CBT mampu menyajikan sistem evaluasi/ujian jarak jauh yang dikelola oleh server lokal maupun di-integrasikan dengan server online. Server Lokal yang diletakkan pada suatu Lab akan menangani sejumlah perangkat komputer *Client* yang akan digunakan oleh siswa untuk menjawab pertanyaan secara *Offline* dalam jaringan maupun online. *Computer Based Test* (CBT) adalah sistem evaluasi berbantuan komputer yang bertujuan untuk membantu guru dalam melaksanakan penilaian, baik penskoran, pelaksanaan tes maupun efektivitas dan efisiensi pelaksanaannya. Tes nantinya akan berbantuan media dan pelaksanaannya pun menggunakan komputer. *Computer Based Test* (CBT) membantu untuk mempercepat umpan balik. Secara umum, pelaksanaan CBT dilakukan dalam waktu bersamaan. Sehingga dibutuhkan *software* dan hardware yang mendukung, istilah dalam teknologi informasi yaitu *client-server*, dimana komputer peserta tes (*client*) terhubung dengan sistem tes berbasis komputer melalui komputer server.

Keuntungan melakukan tes melalui komputer, diantaranya; (1) mengijinkan melakukan tes di saat yang tepat bagi peserta, mengurangi waktu untuk pekerjaan penilaian tes dan membuat laporan tertulis, (2) menghilangkan pekerjaan logistik seperti mendistribusikan, menyimpan dan tes menggunakan kertas, (3) peserta tes dapat langsung mengetahui hasil tes.

Sedangkan kerugiannya, yaitu; (1) adanya ketergantungan dengan peralatan seperti komputer, membutuhkan lab. komputer yang memadai (secara *hardware* dan *software* serta jumlah), (2) jika sistem *Computer Based Test* (CBT) bermasalah dalam pelaksanaan tes berbasis komputer akan tertunda, maka membutuhkan pengetahuan dan keterampilan komputer.

Beberapa keuntungan sistem *Computer Based Test* (CBT) disebut di atas meliputi kemas soal lebih menarik karena disampaikan secara multimedia, tidak menggunakan pena dan kertas. mengurangi biaya, uji penghitungan skor valid, menghemat waktu, lebih cepat dalam pengambilan keputusan sebagai hasil dari pelaksanaan tes. *Computer Based Test* (CBT) dapat menggunakan *software* apapun dalam praktik atau penerapannya dengan ketentuan memenuhi kriteria sebagai tools atau alat pelaksana tes hasil belajar.

2.2.6.3 Persiapan/Perencanaan

Dalam proses pembelajaran perencanaan juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan proses pembelajaran. Secara umum perencanaan merupakan proses menyusun langkah-langkah yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Perencanaan tersebut dapat disusun berdasarkan kebutuhan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan keinginan pembuat perencanaan. Perencanaan berlaku bagi seluruh aspek kehidupan termasuk di bidang pendidikan khususnya pembelajaran.

Perencanaan merupakan upaya membuat kegiatan agar lebih fokus dan terarah. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Degeng (dalam Uno, 2007: 83) yang

menyatakan bahwa perencanaan adalah upaya membelajarkan siswa. Dalam pengertian ini secara implisit dalam pembelajaran terdapat kegiatan memilih, menetapkan, mengembangkan metode untuk mencapai hasil pembelajaran yang diinginkan. Pemilihan, penetapan, dan pengembangan metode ini didasarkan pada kondisi pembelajaran yang ada. Kegiatan tersebut pada dasarnya merupakan inti dari perencanaan pembelajaran. Perencanaan berarti menentukan apa yang akan dilaksanakan sebagaimana yang dipaparkan oleh Terry (1993) (dalam Sanjaya, Wina., 2008: 24) bahwa perencanaan adalah menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Perencanaan mencakup kegiatan pengambilan keputusan.

Pembelajaran akan berjalan dengan baik apabila adanya penyusunan perencanaan pembelajaran yang baik dan matang pula. Dari pendapat di atas menurut Sanjaya, Wina (2008: 24), maka setiap perencanaan minimal harus memiliki unsur sebagai berikut; (1) adanya tujuan yang harus dicapai, (2) adanya strategi untuk mencapai tujuan, dan (3) sumber daya yang dapat mendukung.

Dengan demikian perencanaan pembelajaran baik ini sangat penting, jika tidak ada langkah awal dalam penyusunan perencanaan pembelajaran maka pembelajaran tidak dapat berjalan. Sehingga dapat dikatakan bahwa perencanaan pembelajaran merupakan proses penyusunan materi pembelajaran, penggunaan media pengajaran, penggunaan pendekatan dan metode pengajaran, serta penilaian dalam suatu alokasi waktu yang akan dilaksanakan pada masa tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualisasi dan melihat ke depan guna merumuskan suatu pola

tindakan untuk masa mendatang. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa perencanaan menempati posisi paling awal dari serangkaian fungsi manajemen dan perencanaan bukan terbatas hanya satu tahap kegiatan, tetapi melalui tahapan sistematis yang harus ditempuh.

Berdasarkan uraian di atas, konsep perencanaan pembelajaran dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu; 1) perencanaan pembelajaran sebagai teknologi, adalah suatu perencanaan yang mendorong penggunaan teknik-teknik yang dapat mengembangkan tingkah laku kognitif dan teori-teori konstruktif terhadap solusi dan problem-problem pembelajaran, 2) perencanaan pembelajaran sebagai suatu sistem, adalah sebuah susunan dari sumber-sumber dan prosedur-prosedur untuk menggerakkan pembelajaran. Pengembangan sistem pembelajaran melalui proses yang sistemik selanjutnya diimplementasikan dengan mengacu pada sistem perencanaan itu, 3) perencanaan pembelajaran sebagai sebuah disiplin, adalah cabang dari pengetahuan yang senantiasa memperhatikan hasilhasil penelitian dan teori tentang strategi pembelajaran dan implementasinya terhadap strategi tersebut, 4) perencanaan pembelajaran sebagai sains, adalah mengkreasi secara detail spesifikasi dari pengembangan, implementasi, evaluasi, dan pemeliharaan akan situasi maupun fasilitas pembelajaran terhadap unit-unit yang luas maupun yang lebih sempit dari materi pelajaran dengan segala tingkatan kompleksitasnya, 5) perencanaan pembelajaran sebagai sebuah proses, adalah pengembangan pembelajaran secara sistemik yang digunakan secara khusus atas dasar teori-teori pembelajaran dan pengajaran untuk menjamin kualitas pembelajaran

2.2.6.4 Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah proses yang diatur sedemikian rupa menurut langkah-langkah tertentu agar pelaksanaan mencapai hasil yang diharapkan (Sudjana, 2010:136). Menurut Daryanto dan Rahardjo (2012:147) pelaksanaan pembelajaran adalah proses interaksi antara peserta pelatihan dan pengajar yang menggunakan segala sumber daya sesuai dengan perencanaan yang telah dipersiapkan sebelumnya dalam rangka mencapai tujuan.

Menurut Daryanto dan Muljo, (2012:147) bahwa pelaksanaan pembelajaran merupakan proses interaksi antara peserta didik dengan pengajar yang menggunakan segala sumber daya sesuai dengan perencanaan yang telah dipersiapkan sebelumnya dalam rangka mencapai tujuan. Perlu adanya hal-hal yang dipertimbangkan dalam pelaksanaan pembelajaran antara lain: pendekatan dalam pembelajaran, metode pembelajaran yang digunakan, tahap dalam pembelajaran, tempat pelaksanaan pembelajaran. Dalam penyelenggaraan kegiatan mengajar guru tanpa adanya siswa tidak akan memiliki makna. Dengan hal ini guru berupaya untuk mengarahkan dalam membelajarkan siswa.

Dalam pelaksanaan pembelajaran, guru melakukan beberapa tahap pelaksanaan pembelajaran antara:

1) Membuka pelajaran

Kegiatan membuka pelajaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh guru untuk menciptakan suasana pembelajaran yang memungkinkan siswa siap secara mental untuk mengikuti kegiatan pembelajaran. Pada kegiatan ini guru harus memperhatikan dan memenuhi kebutuhan siswa serta menunjukan

adanya kepedulian yang besar terhadap keberadaan siswa. Dalam membuka pelajaran guru biasanya membuka dengan salam dan presensi siswa, dan menanyakan tentang materi sebelumnya .

Tujuan membuka pelajaran (1) menimbulkan perhatian dan memotivasi siswa, (2) menginformasikan cakupan materi yang akan dipelajari dan batasan batasan tugas yang akan dikerjakan siswa, (3) memberikan gambaran mengenai metode atau pendekatan-pendekatan yang akan digunakan maupun kegiatan pembelajaran yang akan dilakukan siswa, (4) melakukan apersepsi, yakni mengaitkan materi yang telah dipelajari dengan materi yang akan dipelajari, dan (5) mengaitkan peristiwa aktual dengan materi baru.

2) Penyampaian Materi Pembelajaran

Penyampaian materi pembelajaran merupakan inti dari suatu proses pelaksanaan pembelajaran. Dalam penyampaian materi guru menyampaikan materi berurutan dari materi yang paling mudah terlebih dahulu, untuk memaksimalkan penerimaan siswa terhadap materi yang disampaikan guru maka guru menggunakan metode mengajar yang sesuai dengan materi dan menggunakan media sebagai alat bantu penyampaian materi pembelajaran.

Tujuan penyampaian materi pembelajaran, yaitu; (1) membantu siswa memahami dengan jelas semua permasalahan dalam kegiatan pembelajaran, (2) membantu siswa untuk memahami suatu konsep atau dalil, (3) melibatkan siswa untuk berpikir, dan (4) memahami tingkat pemahaman siswa dalam menerima pembelajaran.

3) Menutup Pembelajaran

Kegiatan menutup pelajaran adalah kegiatan yang dilakukan guru untuk mengahiri kegiatan inti pembelajaran. Dalam kegiatan ini guru melakukan evaluasi terhadap materi yang telah disampaikan. Tujuan kegiatan menutup pelajaran, yaitu; (1) mengetahui tingkat keberhasilan siswa dalam mempelajari materi pembelajaran, (2) mengetahui tingkat keberhasilan guru dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran, dan (3) membuat rantai kompetensi antara materi sekarang dengan materi yang akan datang.

Berdasarkan beberapa pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pembelajaran adalah berlangsungnya proses interaksi siswa dengan guru pada suatu lingkungan belajar.

2.2.6.5 Evaluasi

Evaluasi merupakan salah komponen penting dan tahap yang harus ditempuh oleh guru untuk mengetahui keefektifan pembelajaran. Hasil yang diperoleh dapat dijadikan balikan (*feed-back*) bagi guru dalam memperbaiki dan menyempurnakan program dan kegiatan pembelajaran (Arifin, 2012).

Guba dan Lincoln (dalam Arifin, 2012: 8), mendefinisikan evaluasi sebagai *“a process for describing an evaluand and judging its merit and worth”*. (suatu proses untuk menggambarkan evaluasi (orang yang dievaluasi) dan menimbang makna dan nilainya). Sax (1980 : 18) juga berpendapat *“evaluation is a process through which a value judgement or decision is made from a variety of observations and from the background and training of the evaluator”*. (evaluasi adalah suatu

proses dimana pertimbangan atau keputusan suatu nilai dibuat dari berbagai pengamatan, latar belakang serta pelatihan dari evaluator). Dari dua rumusan tentang evaluasi ini, dapat kita peroleh gambaran bahwa evaluasi adalah suatu proses yang sistematis dan berkelanjutan untuk menentukan kualitas (nilai dan arti) daripada sesuatu, berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu untuk membuat suatu keputusan.

Lee J. Cronbach (Suryadi, 2009: 212) merumuskan bahwa evaluasi sebagai kegiatan pemeriksaan yang sistematis dari peristiwa-peristiwa yang terjadi dan akibatnya pada saat program dilaksanakan pemeriksaan diarahkan untuk membantu memperbaiki program itu dan program lain yang memiliki tujuan yang sama. Dengan kata lain, evaluasi pembelajaran adalah penilaian atau penaksiran terhadap pertumbuhan dan kemajuan peserta didik kearah tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam hukum.

2.3. Bimbingan Belajar

2.3.1. Pengertian Bimbingan Belajar

Bimbingan membantu individu untuk lebih dapat mengembangkan diri secara optimal dengan jalan memahami diri, memahami lingkungan, mengatasi hambatan guna menentukan rencana masa depan yang lebih baik. Hal senada juga dikemukakan oleh Prayitno dan Amti (2004) bimbingan adalah proses pemberian bantuan yang dilakukan oleh orang yang ahli kepada seseorang atau beberapa orang individu, baik anak-anak, remaja atau orang dewasa agar orang yang dibimbing dapat mengembangkan kemampuan dirinya sendiri dan mandiri dengan

memanfaatkan kekuatan individu dan sarana yang ada dan dapat dikembangkan berdasarkan norma-norma yang berlaku.

Sementara Walgito (2004) mendefinisikan bahwa bimbingan adalah bantuan atau pertolongan yang diberikan kepada individu atau sekumpulan individu dalam menghindari atau mengatasi kesulitan-kesulitan hidupnya, agar individu dapat mencapai kesejahteraan dalam hidupnya. Dalam hubungannya dengan pendidikan, bimbingan merupakan bagian integral dalam program pendidikan. Bimbingan merupakan pelengkap bagi semua segi pendidikan. Bimbingan membantu agar proses pendidikan berjalan dengan efisien, dalam arti cepat, mudah, dan efektif. Yusuf dan Nurihsan (2010: 87) menyimpulkan layanan dasar bimbingan merupakan layanan bantuan bagi peserta didik (siswa) melalui kegiatan kelas atau di luar kelas, yang disajikan secara sistematis, dalam rangka membantu siswa mengembangkan potensinya secara optimal.

Terdapat pendapat lain yang menyatakan bahwasanya bimbingan (*guidance*) adalah bantuan yang diberikan seseorang kepada orang lain untuk menentukan pilihan-pilihan dan penyesuaian diri peserta didik dalam memecahkan masalah-masalah yang sedang dihadapi (Mudyahardjo, 2008: 65). Bimbingan merupakan sebuah layanan yang bersifat universal, yang tidak hanya di sekolah dan keluarga, tetapi di mana pun ada orang yang memerlukan bantuan dan di mana pun ada orang yang membantu. Dalam pelaksanaan bimbingan, tidak semua tugas dalam bimbingan harus dilaksanakan oleh para ahli di bidangnya masing-masing. Dalam hal tertentu kadang-kadang peranan guru maupun orang tua lebih menonjol

dibandingkan dengan para ahli. Dimana guru atau orang tua sangat dekat dengan anak. Tetapi dari kesemuanya itu tergantung dari orang yang memerlukan bantuan.

Belajar merupakan inti kegiatan di sekolah, sebab semua sekolah bertanggung jawab bagi berhasilnya proses belajar bagi setiap siswa yang sedang studi di sekolah tersebut. Oleh karena itu memberikan pelayanan, bimbingan di sekolah berarti pula memberikan pelayanan belajar bagi setiap siswa. Adapun tujuan bimbingan belajar secara umum adalah membantu siswa agar mendapat penyesuaian yang baik di dalam situasi belajar, sehingga setiap siswa dapat belajar dengan efisien sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya, dan mencapai perkembangan yang optimal (Ahmadi dan Supriyono, 1991: 20).

Lembaga bimbingan belajar adalah salah satu lembaga pendidikan di bawah pengolahan swasta yang bergerak dalam bidang jasa peningkatan dan pengembangan kemampuan serta tempat konsultasi belajar siswa. Menurut Yusuf dan Nurihsan (2005: 10-11) menjelaskan bahwa bimbingan belajar adalah bimbingan yang diarahkan untuk membantu para individu dalam menghadapi dan memecahkan masalah-masalah akademik dengan cara mengembangkan suasana-suasana belajar-mengajar yang kondusif agar terhindar dari kesulitan belajar. Para pembimbing membantu individu mengatasi kesulitan belajar, mengembangkan cara belajar yang efektif, membantu individu agar sukses dalam belajar dan agar mampu menyesuaikan diri terhadap semua tuntutan program/pendidikan. Sedangkan menurut Prayitno dan Amti (1999:279) bimbingan belajar merupakan salah satu bentuk layanan yang penting diselenggarakan di sekolah. Pengalamam menunjukkan bahwa kegagalan-kegagalan yang dialami siswa dalam belajar tidak

selalu disebabkan oleh kebodohan atau rendahnya intelegnsi. Tetapi sering kegagalan itu terjadi disebabkan mereka belum mendapat layanan bimbingan yang memadai.

Bimbingan belajar adalah bimbingan yang diberikan kepada individu untuk dapat mengatasi masalah-masalah yang dihadapinya dalam belajar, agar setelah melaksanakan kegiatan belajar mengajar mereka dapat mencapai hasil belajar yang lebih baik sesuai dengan kemampuan, bakat, dan minat yang dimiliki masing-masing. Dari pendapat-pendapat tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa bimbingan belajar adalah suatu bantuan kepada siswa dalam memecahkan kesulitan dalam belajar baik di sekolah maupun di luar sekolah.

2.3.2. Tujuan Bimbingan Belajar

Menurut Sukardi (1983: 80) tujuan pelayanan bimbingan belajar adalah: (a) mencarikan cara-cara belajar yang efesien dan efektif bagi seorang anak atau sekelompok anak, (b) menunjukkan cara-cara mempelajari sesuatu dan menggunakan buku pelajaran, (c) memberikan informasi (saran dan petunjuk) bagaimana memanfaatkan perpustakaan, (d) membuat tugas sekolah dan mempersiapkan diri dalam ulangan dan ujian, (e) memilih suatu bidang studi sesuai dengan bakat, minat, kecerdasan, cita-cita dan kondisi, fisik atau kesehatannya, (f) menunjukkan cara-cara menghadapi kesulitan dalam bidang studi tertentu, (g) menentukan pembagian waktu dan perencanaan jadwal belajarnya, dan (h) memilih pelajaran baik yang berhubungan dengan pelajaran di sekolah maupun untuk pengembangan bakat dan karirnya di masa depan.

2.3.3. Fungsi Bimbingan Belajar

Fungsi bimbingan belajar adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman, yaitu membantu individu (anak) agar memiliki pemahaman terhadap dirinya (potensinya) dan lingkungan (Pendidikan, pekerjaan, dan norma agama).
2. Preventif, yaitu upaya pembimbing untuk senantiasa mengantisipasi berbagai masalah yang mungkin terjadi dan berupaya untuk mencegahnya, supaya tidak di alami oleh individu.
3. Pengembangan, yaitu pembimbing senantiasa berupaya untuk menciptakan lingkungan belajar yang kondusif, yang memfasilitasi perlengkapan individu.
4. Perbaikan (penyembuhan), yaitu fungsi bimbingan yang bersifat kuratif. Fungsi ini berkaitan erat dengan upaya pemberian bantuan kepada individu (anak) yang telah mengalami masalah, baik menyangkut masalah pribadi, social, belajar dan sebagainya.
5. Penyaluran, yaitu fungsi bimbingan dalam membantu individu (Anak) memilih kegiatan ekstrakurikuler, jurusan dan memantapkan penguasaan karir sesuai bakat dan minat.
6. Adaptasi, yaitu membantu para pelaksana Pendidikan untuk mengadaptasikan program Pendidikan terhadap latar belakang Pendidikan, minat, kemampuan dan kebutuhan individu.
7. Penyesuaian, yaitu membantu individu agar dapat menyesuaikan diri secara dinamis terhadap program Pendidikan, peraturan sekolah, dan norma agama.

2.3.4. Aspek-Aspek Bimbingan Belajar

Beberapa aspek-aspek masalah belajar yang memerlukan layanan bimbingan belajar seperti berikut:

1. Keterlambatan akademik, yaitu keadaan siswa diperkirakan memiliki intelegensi yang cukup tinggi, tetapi tidak dapat memanfaatkannya secara optimal.
2. Ketercepatannya dalam belajar, yaitu keadaan anak yang memiliki bakat akademik yang cukup tinggi, tetapi masih memerlukan tugas-tugas khusus untuk memenuhi kebutuhan belajarnya.
3. Sangat lambat dalam belajar, yaitu keadaan anak yang memiliki bakat akademik yang kurang memadai dan perlu mempertimbangkan untuk mendapat Pendidikan
4. Kurang motivasi dalam belajar, yaitu keadaan anak yang kurang bersemangat
5. Bersikap dan berkebiasaan buruk dalam belajar, yaitu keadaan siswa yang suka menunda tugas-tugas yang diberikan seorang guru, tidak mau bertanya untuk hal-hal yang tidak diketahuinya, dan sebagainya.

2.3.5. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian dalam bentuk jurnal tahun 2017 oleh Mahapeserta Universitas Sebelas Maret, Monika Sari dengan judul “Inovasi Pembelajaran Produktif Abad 21 dengan Smartphone dalam Pembelajaran Sejarah”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan studi

pendahuluan dan studi literatur. Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 2 Surakarta Kelas XI. Teknik pengumpulan data melalui observasi awal dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pembelajaran abad 21 menuntut guru juga melakukan inovasi dalam pembelajaran yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan informasi terutama dalam pembelajaran sejarah. Media yang menarik dan inovatif serta komunikatif akan mampu menciptakan pembelajaran yang menyenangkan dan dapat membangun motivasi peserta didik untuk mengikuti proses belajar mengajar di dalam kelas. Salah satu pengembangan media yang inovatif di era globalisasi ini adalah peta digital. Melalui peta digital siswa akan mampu mengetahui secara pasti tentang lokasi peristiwa sejarah lokal, (2) Pembelajaran juga sering dikaitkan dengan interaksi antara sejarah dengan geografi serta hubungan antara lingkungan dengan aktivitas masyarakatnya Sehingga media ini sangat perlu untuk dikembangkan dalam pembelajaran terutama pembelajaran sejarah yang membutuhkan media sebagai sumber pembelajaran.

Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama sama meneliti tentang inovasi pembelajaran berbasis teknologi dan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

2. Penelitian dalam bentuk skripsi tahun 2017 oleh Mahapeserta Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Ahmad Syaiful Ulum dengan judul “Implementasi Evaluasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam berbasis Computer Based Test (Studi Multisitus di SMA Negeri 2 Malang dan SMK PGRI 3 Malang)”. Jenis penelitian kualitatif *fenomenologic naturalistic*.

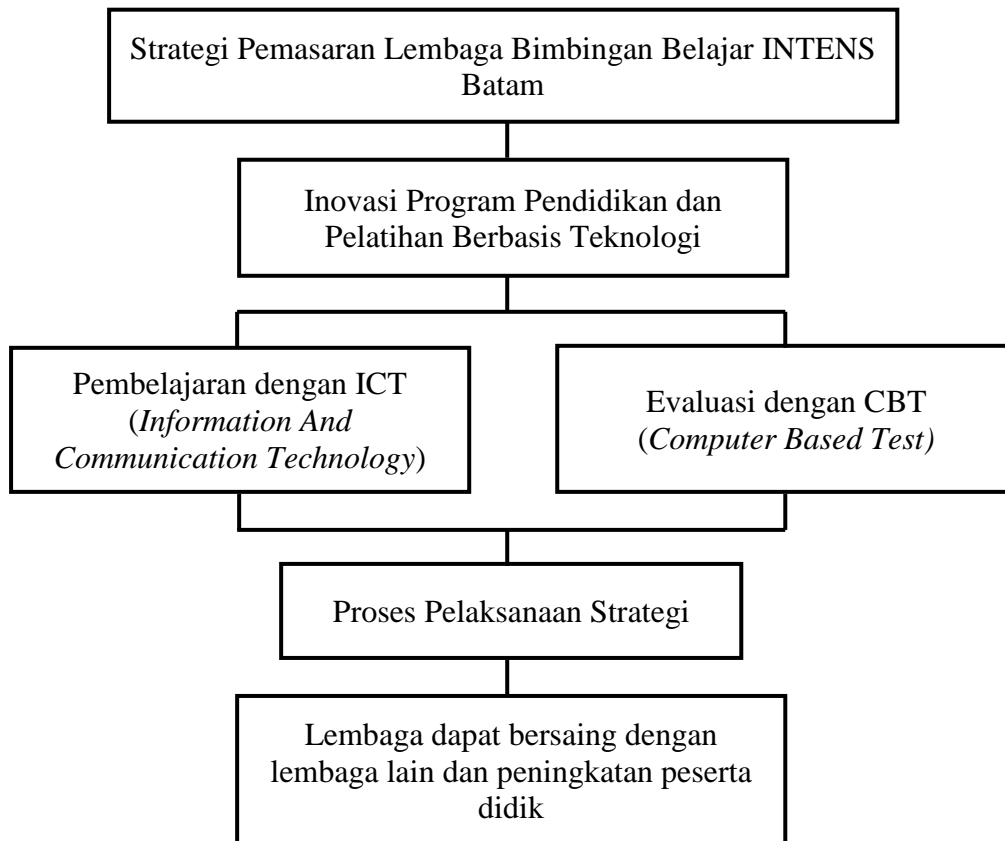
Selanjutnya peneliti menggunakan menggunakan studi multisitus, dimana terdapat dua obyek, latar atau tempat yang berbeda. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penentuan informan menggunakan teknik *purposif sampling*. Selanjutnya teknik analisa data menggunakan analisis data situs tunggal dan analisis lintas situs. Kemudian pengecekan keabsahan data peneliti menggunakan teknik *Triangulasi* (Membandingkan), *peer debriefing* (tanggapan orang lain), *prolonged engagement* (berada di lapangan dengan waktu yang relatif lama). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Perencanaan evaluasi hasil belajar peserta didik secara online yaitu perencanaan secara teknis terhadap sistem, membuat jadwal pelaksanaan, memasukkan data guru dan pesertadidik, mempersiapkan sarana dan prasarana, melakukan training, (2) Pelaksanaan meliputi beberapa tahapan, yaitu; a) guru memberikan pengarahan dan petunjuk cara menggunakan program CBT. b) browser yang digunakan oleh peserta didik adalah Mozilla Firefox, c) peserta didik login pada laman CBT dengan username dan Pasword, d) peserta ujian mengerjakan soal sesuai dengan petunjuk, dan e) setelah selesai mengerjakan dilanjutkan *logout* terlebih dahulu, (3) hasil implementasi CBT memberikan beberapa manfaat, antara lain; a) guru tidak perlu lagi mengkoreksi manual, karena skoring otomatis. b) hemat waktu,. c) menghemat anggaran, d) membantu guru dalam analisis soal dengan cepat, e) efektif, efisien, fleksibel, dan valid.

Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama sama meneliti tentang evaluasi berbasis teknologi dan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

3. Penelitian dalam bentuk skripsi tahun 2014 oleh Mahapeserta Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, Suci Ayu Arum dengan judul “Manajemen Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Di SMP Rahmat Surabaya”. Dalam Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan Diskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mengembangkan minat konsumen di SMP Rahmat Surabaya, lembaga ini memadukan empat variabel yang lebih dikenal dengan 4P yaitu Produk, Price, Place, Promotion, upaya penerapan manajemen marketing mix ini dimulai dari tahun 2010, yang terbukti dari data survei bahwa kenaikan ini cukup baik jika dibandingkan di tahun-tahun sebelumnya. Usaha pemaduan Manajemen Marketing yang seimbang antara Produk, Price, Place, Promotion, di SMP Rahmat Surabaya menjadikan lembaga ini seperti hidup kembali, dimana yang dulunya redup sekarang mulai berjalan mencapai alur persaingan dalam lingkup pendidikan yang sebenarnya.

Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama sama meneliti tentang strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran dan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

2.4. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan konsep dan berbagai pendapat yang telah diuraikan diatas, peneliti berasumsi bahwa Lembaga Bimbingan Belajar INTENS memiliki kemampuan inovasi pendidikan dan pelatihan berbasis teknologi sebagai strategi pemasaran dengan cukup baik. Strategi pemasaran merupakan penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang suatu *enterprise* dan adopsi tindakan-tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut.

Kemudian, dalam penelitian ini inovasi merupakan bagian dari strategi pemasaran. Inovasi adalah perubahan yang direncanakan, yang bertujuan untuk

memperbaiki praktik menuju keadaan yang lebih baik. Inovasi disini terkait dengan inovasi berbasis teknologi, baik dalam pembelajaran maupun evaluasinya. Pembelajaran di Bimbingan Belajar INTENS sudah berbasis ICT (*Information And Communication Technology*). ICT merupakan salah satu trik untuk mempermudah menyampaikan pesan dari pendidik (guru) kepada peserta didik (siswa), sehingga dapat memperlancar proses belajar mengajar. Beberapa perangkat yang digunakan dalam ICT antara lain LCD Proyeksi, jaringan internet, laptop atau perangkat keras (*hardware*) lainnya. Mengenai materi pembelajaran dapat disampaikan melalui internet, CD atau perangkat lunak (*software*) lainnya. Kemudian, evaluasi di Bimbingan Belajar INTENS sudah berbasis *Computer Based Test* (CBT). *Computer Based Test* (CBT) adalah sistem evaluasi berbantuan komputer yang bertujuan untuk membantu guru dalam melaksanakan penilaian, baik penskoran, pelaksanaan tes maupun efektivitas dan efisiensi pelaksanaannya.

Dengan demikian, Inovasi program pendidikan dan pelatihan berbasis teknologi Bimbingan Belajar INTENS berguna untuk bersaing dengan lembaga lain, baik lembaga formal atau lembaga bimbingan sejenis dan meningkatkan jumlah peserta didik.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian di bawah ini merupakan bentuk dari analisis data pada temuan masing-masing sumber data yang kemudian dibahas ke dalam satu per satu sub bagian bahasan sehingga arah informasi dalam tujuan penelitian dapat dipahami dengan mudah. Penelitian dibawah ini dilakukan dari bulan Juni sampai dengan bulan Agustus 2018 hal ini dihitung dari awal penelitian hingga akhir penelitian. Tahap awal penelitian ini dimulai dari peneliti mengurus ijin observasi untuk penelitian, lalu tahap penelitian dan pengambilan data dilakukan dengan observasi/ pengamatan, wawancara dan dokumentasi.

Sebelum pelaksanaan wawancara, peneliti melakukan pendekatan melalui perkenalan dan pembicaraan bebas sampai titik masalah tentang strategi pemasaran di lembaga bimbingan belajar INTENS dengan direktur dan salah satu tentor. Peneliti melakukan wawancara kepada empat informan sebagai berikut: a) Bapak Akhmad Kasiun selaku direktur yang memimpin Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam. b) Bapak Muhammad Rofiq selaku tenaga kependidikan bagian akademik. c) Ibu Peni Astuti selaku tenaga kependidikan bagian tentor. d) Ibu Tina selaku Orangtua siswa. e) M. Nabil Sulthoni Eralsyah selaku siswa. Tahap akhir penelitian ialah analisis data yang menggunakan Triangulasi data dimana data akan dibandingkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

5.1.1 Strategi Pemasaran pada Bimbingan Belajar INTENS

Sebagai sebuah lembaga bimbingan belajar, INTENS berusaha untuk bekerja sama dengan para siswanya dengan baik, serta menjaga hubungan kerjasama tersebut agar dapat berkelanjutan dengan memberikan penawaran dan pelayanan sebaik mungkin. Dalam strategi pemasaran, INTENS berfokus pada produk dan promosi. Produk yang dimaksud pada penelitian ini yaitu dengan menonjolkan *differensiasi* (keberbedaan positif) INTENS dengan bimbingan belajar yang lain, yaitu program utama seperti reguler, khusus, intensif dan program pendukung berbasis teknologi seperti *Information And Communication Technology* (ICT) dan *computer based test* (CBT).

5.1.1.2 Produk Bimbingan Belajar INTENS

INTENS Batam memiliki program pendidikan yang disesuaikan dengan kebutuhan siswa. Sebelum menyediakan program di INTENS, terlebih dahulu pihak INTENS mengadakan *survey* ke wilayah sekitar INTENS untuk mengetahui seberapa besar kebutuhan siswa akan bimbingan belajar. Dari hasil *survey* tersebut maka diambil kesimpulan bersama-sama program apa saja yang sesuai dengan kebutuhan siswa, maka program tersebut yang akan diadakan di INTENS Batam.

Hal ini sesuai dengan pendapat bapak Akhmad Kasiun selaku Direktur bahwa:

“Program yang ada di INTENS tentu perlu ditentukan sesuai dengan kebutuhan pasar. Disini tentu kita mengikuti kebutuhan siswa. Kita melakukan *survey* ke wilayah sekitar INTENS, misalnya sekolah-sekolah terdekat. Lalu setelah melakukan *survey* baru kita bisa menentukan program apa saja yang akan diterapkan di INTENS “ (W/D.A).

INTENS sebagai lembaga non formal memberikan program-program yang dapat menunjang kompetensi siswa dengan sasaran utamanya adalah siswa SD hingga Alumni. INTENS menawarkan 3 program utama dan program pendukung untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda dari setiap siswa. Program utamanya diantaranya yaitu Program Reguler, Prosus dan Intensif. Kemudian program pendukung diantaranya yaitu seperti pembelajaran berbasis ICT dan evaluasi berbasis CBT. Program pendukung ini juga termasuk bagian dari program utama ini. Adapun program utama INTENS sebagai berikut:

a. Program Reguler

Program ini dirancang untuk membantu siswa dalam menghadapi permasalahan sehari di sekolah mereka masing-masing. Program ini mencakup pematapan pemahaman materi pelajaran lewat latihan soal yang intensif, pemecahan masalah terhadap persoalan yang belum dipahami disekolah, persiapan menghadapi ulangan harian, ulangan mid semester, ulangan semester, ulangan umum dan ujian nasional. Program ini dibuka untuk jenjang:

- 1) SD (Kelas I-VI) ; Matematika, IPA, IPS, Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan PKn.

Program Reguler Kelas 4, 5, dan 6 SD sesuai dengan kurikulum yang tersedia di sekolah. Setiap siswa direkam perkembangannya oleh tentor kelas dengan mencatat hasil tes-tes di INTENS, sehingga orangtua siswa dapat memantau dan mengetahui perkembangan anak-anaknya selama dikelas INTENS

- 2) SMP Kelas VII-IX) ; Matematika, IPA, Bahasa Indonesia, IPS dan Bahasa Inggris.

Usia remaja adalah masa yang sangat krusial. Di tengah masa peralihannya, remaja dituntut untuk mempersiapkan kebutuhannya akan masa depan di sekolah menengah atas. INTENS memahami hal tersebut dengan menyediakan Program Reguler untuk remaja Sekolah Menengah Pertama (SMP). Khusus untuk kelas 9 SMP, siswa diberikan persiapan untuk menghadapi Ujian Nasional baik secara materi pembelajaran maupun mentalnya sehingga cita-citanya untuk melanjutkan sekolah ke SMA Favorit semakin terbuka lebar.

- 3) SMA (X-XII) ; Matematika, Fisika, Biologi, Kimia, Bahasa Indonesia, dan Bahasa Inggris.

Nilai rapor mulai kelas 10 hingga kelas 12 bisa menjadi ‘senjata’ yang dipakai dalam SNMPTN. INTENS membantu siswa agar menjaga kestabilan nilai rapor di sekolah karena Program Bimbel Reguler untuk SMA disesuaikan dengan kurikulum yang digunakan di sekolah. Konsultasi belajar yang tersedia setiap hari bisa dimanfaatkan oleh siswa untuk memperdalam pemahaman materi di sekolah, membantu mengerjakan PR, ataupun membantu mempersiapkan diri menghadapi ulangan mendadak di sekolah. Khusus untuk Kelas 12 SMA, INTENS menyediakan Program Persiapan untuk Ujian Nasional. Jadi, siswa dapat mengikuti *try out* UN sebelumnya dan akan lebih siap menghadapi UN.

Siswa yang mengikuti program reguler akan mendapatkan fasilitas dan layanan:

- a) 3x /Minggu @120 menit
- b) Konsultasi bebas tanpa harus janji-janji terlebih dahulu

- c) PR dan tugas sekolah beres
- d) Eksklusif: semua ruangan full multimedia, free wifi
- e) Kondusif yaitu 15 siswa per kelas
- f) Modul master: berisi ringkasan materi dan soal
- g) Evaluasi, laporan hasil belajar siswa, informasi ketidakhadiran siswa dilaporkan kepada orangtua secara berkala
- h) Ditanamkan akhlak mulia yaitu seperti sholat berjamaah.

b. Program Khusus (Prosus)

Program ini diperuntukkan untuk siswa yang ingin mengikuti PKN STAN, STIN, STIS, AIM, POTEKIP, IPDN TNI/POLRI, SIMAK UI, UM UGM dan UM UNDIP. Dalam program ini yang paling banyak diminati adalah PKN STAN. PROSUS PKN STAN dibagi menjadi 3 , yaitu:

1) Paket Mandiri

Paket mandiri mempunyai fasilitas dan layanan:

- a) 2x / minggu @ 120 menit
- b) Start: Agustus s.d Maret 2018
- c) Max. 35 siswa / kelas
- d) Materi bimbingan: TPA, TBI
- e) Try out: 4x
- f) Supervisi Alumni PKN STAN.

2) Paket Unggulan

Paket unggulan mempunyai fasilitas dan layanan:

- a) 2x / minggu @ 90 menit + setiap hari setelah UN

- b) Start: Agustus s.d Mei 2018 / tes
- c) Max. 20 siswa / kelas
- d) Materi bimbingan: TPA, TBI, Fisik dan TKD
- e) Try out: 7x
- f) Gratis pengulangan tahun depan

3) Paket Garansi

Paket unggulan mempunyai fasilitas dan layanan:

- a) 3x / minggu @ 90 menit + setiap hari setelah UN
- b) Start: Agustus s.d Mei 2018 / tes terakhir
- c) Min.5 siswa / kelas
- d) Materi bimbingan: TPA, TBI, Fisik dan TKD
- e) Try out: 10x
- f) Gratis uang kembali 100% BERMATERAI

c. Program Intensif

Program intensif adalah program singkat menjelang tes, sekitar 1-2 bulan saja. Program ini sebenarnya diperuntukkan untuk siswa yang akan menghadapi ujian nasional, SBMPTN dan sekolah kedinasan. Tetapi program ini juga bisa diperuntukkan untuk siswa kelas non ujung (4, 5, 7, 8, 10, 11) yang ingin fokus pada materi semester 2 saja. Program intensif mempunyai fasilitas dan layanan yang sama seperti program reguler, hanya jangka waktu pembelajarannya saja yang berbeda.

Adapun program pendukung INTENS sebagai berikut:

a. Pembelajaran Berbasis *Information And Communication Technology (ICT)*

Kemajuan di bidang IT (Information Technology) khususnya Teknologi Pembelajaran (Instructional Technology), telah mendorong digunakannya berbagai media pembelajaran (instructional media) serta peralatan-peralatan yang semakin canggih (sophisticated). Kelebihan multimedia adalah menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan. Maka dari itulah, peran multimedia disini sebagai keunggulan bersaing. Bimbel konvensional mulai tersaingi dengan maraknya layanan pendidikan berbasis teknologi. Metode dan strategi pembelajaran INTENS yang mendukung pembelajaran berbasis ICT dengan menggunakan multimedia yang terdiri dari Laptop, Proyektor (LCD), spiker, dan CD pembelajaran.

b. Evaluasi Berbasis *Computer Based Test (CBT)*

Pada pendidikan formal, pemerintah sudah menggunakan ujian berbasis komputer atau computer based test (CBT) pada ujian nasional. Siswa sekolah lebih menerima dan mudah mengerjakan ujian dengan menggunakan komputer, karena anak zaman sekarang hidup dan tumbuh dengan teknologi maka akan lebih mudah ujian menggunakan komputer. Hal itulah yang menjadi peluang bagi INTENS dalam menerapkan evaluasi berbasis CBT. CBT yang dilakukan di INTENS akan membuat siswa terbiasa dan tidak kaget saat nantinya mereka melakukan UNBK.

5.1.1.2 Promosi pada Bimbingan Belajar INTENS

Promosi Bimbingan Belajar INTENS yaitu dengan cara konvensional, teknologi, dan kerjasama. Promosi tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Promosi konvensional

Promosi konvensional yaitu kegiatan promosi yang dilakukan seperti promosi yang sudah dilakukan banyak orang. Kegiatan promosi tersebut seperti pembuatan brosur, pamflet, leaflet dan spanduk. Brosur yang dibuat kemudian ditempel sepanjang jalan sekitar lokasi lembaga kursus dan sekolah-sekolah terdekat. Karena dengan brosur calon konsumen dapat mempertimbangkan dan membawanya terlebih dahulu kerumah. Kemudian dengan brosur lebih mudah dilihat dan dibaca apa yang ada di lembaga bimbingan belajar INTENS.

Promosi konvensional yang lainnya yaitu dilakukan melalui tanya jawab di lokasi. Jadi proses pemberian informasi dilakukan *face to face* antar calon peserta dengan staf INTENS. Keunggulan-keunggulan produk yang ada di INTENS diinformasikan pada saat promosi *face to face*. Keuntungan metode ini yaitu memudahkan proses penyampaian segala bentuk promosi dan dapat melihat seberapa besar umpan balik yang diberikan oleh calon siswa INTENS. Jadi jika ada informasi yang kurang dipahami dapat langsung dijelaskan sehingga mengurangi resiko *miss communication*.

b. Promosi Teknologi

Promosi melalui internet dilakukan dengan cara memasang iklan di berbagai sosial media khususnya Instagram, Website dan penggunaan *Sms Blasting*. Pemasaran dengan memanfaatkan sosial media merupakan salah satu metode

pemasaran yang belakangan sangat populer. Pemasaran dengan berbasis sosial media khususnya instagram memberi ruang bagi tim pemasaran memberikan layanan secara lebih personal dengan adanya sistem *massaging*, dimana konsumen bisa menyampaikan keluhan mereka secara langsung dan mendapat tanggapan secara personal. Promosi dengan sosial media khususnya instagram berisi kegiatan, fasilitas, layanan dan promo-promo dari INTENS.

Kemudian web INTENS yang dapat diakses melalui www.intens-solution.com. Melalui situs tersebut dapat diperoleh bermacam-macam informasi tentang lembaga. Manfaat adanya situs tersebut karena akan memudahkan calon peserta untuk mencari tahu informasi tentang INTENS. Situs yang dibuat sangat lengkap informasinya. Beragam informasi yang dapat dilihat di situs tersebut antara lain mengenai profil lembaga, berbagai macam program kursus, keunggulan, para alumni INTENS yang dapat memotivasi calon peserta dan karir yang berisi informasi lowongan tentor.

Promosi melalui surat penawaran dilakukan dengan cara mengirimkan surat penawaran kepada instansi yang dituju. Isi surat penawaran yaitu tentang penawaran pengadaan pelatihan atau sekedar promosi saja. Selanjutnya, penggunaan *Sms Blasting* yaitu adalah promosi dengan sms yang menyasar seluruh data baik itu alumni maupun non alumni yang kita miliki dengan cara mengirimkan sms promo tentang bimbingan belajar INTENS yang nantinya promo tersebut dapat diinformasikan kembali kepada kerabat atau teman alumni maupun non alumni tersebut.

c. Kerjasama

Strategi kerjasama yaitu dengan cara membuat kesepakatan dengan pihak luar yaitu sekolah. Tidak semua sekolah/instansi yang dituju dikirimkan *company profile* beserta surat penawaran kerjasama, kemudian sebagian calon siswa di sekolah yang hanya diberikan brosur penawarannya saja. Untuk biaya pendaftaran juga tidak semua bisa mendaftarkan langsung ke sekolah yang bekerja sama, melainkan langsung mendaftarkan di INTENS, karena ada pula calon siswa atau orang tua yang ingin mendaftarkan anaknya yang akan menentukan pengajuan harga pendaftaran karena persyaratan khusus seperti prestasi di sekolahnya dengan mengurangi harga yang ditetapkan INTENS jika terlebih dahulu memberikan surat pemberitahuan dari sekolah siswanya.

Selain kerjasama terkait penerimaan siswa, INTENS juga melakukan kerjasama dengan instansi lain, seperti menyediakan pelatihan ujian CBT bagi CPNS dan juga bekerjasama dengan beberapa sekolah sebagai penyedia dan pengecekan soal-soal ujian berbasis komputer dengan LJK. Jadi, INTENS sebagai pihak utama yang menyediakan soal dan sekolah hanya sebagai pihak penerima. Kesepakatan INTENS dengan instansi lain tersebut harus dua sampai tiga bulan sebelum ujian berlangsung. Dikarenakan proses pembuatan soal, percetakan, dan pendistribusian soal yang memerlukan waktu yang tidak sebentar.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Akhmad Kasiun selaku Direktur bahwa:

“Promosi yaitu dengan cara membuat iklan media cetak maupun berbasis teknologi seperti brosur, pamflet, atau spanduk dan *Sms Blasting* karena itu diperuntukkan untuk memberi informasi untuk calon siswa atau orang tua siswa

berkaitan dengan bimbingan belajar intens. Kemudian Strategi kerjasama yaitu dengan cara membuat kesepakatan dengan pihak luar yaitu sekolah” **W/D.A.**

5.1.2. Bentuk-Bentuk Strategi di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS

Batam

Strategi yang dilakukan oleh INTENS agar bersaing dengan lembaga lain yaitu dengan inovasi. Inovasi Bimbingan Belajar INTENS berguna untuk membedakan Bimbingan Belajar INTENS dengan lembaga lain, baik lembaga formal atau lembaga bimbingan sejenis. Inovasi yang dilakukan oleh INTENS dalam hal ini terkait hubungannya dengan teknologi, seperti *Information And Communication Technology* (ICT) dan *Computer Based Test* (CBT). Inovasi dengan teknologi dipilih dikarenakan tuntutan persaingan dan juga tuntutan pelanggan atau siswa.

5.1.2.1 Inovasi Pembelajaran Berbasis *Information And Communication*

Technology (ICT) INTENS Batam

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari wawancara maupun pengamatan langsung di lapangan, dapat diperoleh beberapa analisis data penelitian. Lembaga bimbingan belajar INTENS Batam merupakan salah satu lembaga bimbingan belajar yang berada dibawah naungan PT Intens Global Sarana. Bimbingan belajar INTENS dapat juga dikatakan adalah sekolah non formal yang memberikan materi pelajaran kepada anak didik yang merasa belum puas dengan apa yang disampaikan di sekolah.

Pembelajaran merupakan kegiatan yang melibatkan berbagai komponen pembelajaran yang terdiri dari guru, siswa, alat pendidikan, fasilitas dan

perlengkapan, serta prosedur pembelajaran. Yang meliputi jadwal, penyampaian informasi praktik dan sebagainya. Dalam proses belajar mengajar yang dilakukan di kelas, yang menjadi pusat pengetahuan siswa adalah guru atau pendidik, sehingga terjadi interaksi timbal balik antara siswa dengan guru. Agar siswa tidak bosan dengan pembelajaran yang senantiasa menggunakan metode ceramah, tentor INTENS dalam melaksanakan atau menyampaikan pembelajaran dengan melakukan inovasi pembelajaran salah satunya menggunakan media teknologi yaitu komputer multimedia. Komponen-komponen komputer multimedia begitu banyak, hanya beberapa komponen saja yang digunakan oleh tentor INTENS, diantaranya laptop, LCD, speaker dan CD pembelajaran (CD interaktif).

Beban belajar di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS ini tidak jauh berbeda dengan sekolah pada umumnya hanya saja waktunya tergantung oleh program yang dipilih oleh siswa. Program Reguler untuk SD, SMP dan SMA dimulai di siang, sore sampai malam hari. Kegiatan pembelajaran ini dimulai pada hari senin hingga sabtu, pembagian waktu setiap harinya yakni siang, sore dan malam hari. Waktu siang dimulai pukul 13.00 sampai 17.00 adalah waktu khusus untuk siswa yang ingin melakukan tambahan jam pelajaran, pembelajaran sore dan malam hari dimulai pukul 17.00 dan berakhir pukul 21.00. Pembelajaran pada Program Reguler dilakukan seminggu tiga kali, setiap pertemuannya terbagi dua pelajaran yang masing-masing pelajarannya diberikan durasi selama 60 menit yang terdiri dari 10 menit motivasi dan 50 menit inti, artinya ada enam kali sesi tatap muka dalam seminggu pada Program Reguler.

Sedangkan Program Khusus dan Program Intensif diperuntukkan untuk siswa yang mengikuti kelas SBMPTN dan STAN. Pembelajaran pada program prosus dan intensif dimulai dari setelah ujian nasional siswa hingga dua bulan kedepan atau ketika tes tersebut akan berlangsung. Pembelajaran dari hari senin sampai sabtu, dimulai dari jam 08.00 hingga 17.00.

Tabel 5.1. Jadwal Pembelajaran Lembaga Bimbingan Belajar INTENS

Waktu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
17.00 - 19.00	4 D	6 D	4 D	6 D	10	4 D
	5 D	7 P1	5 D	7 P1	11 IPA	5 D
	12 IPS	8 P1	12 IPS	8 P1	12 IPS	6 D
	12 IPA	10	12 IPA	10	12 IPA	7 P1
19.00 - 21.00		11 IPA		11 IPA		8 P1
		9 P1		9 P1	9 P1	
		9 P 2		9 P 2	9 P 2	
		9 P3		9 P3	9 P3	

Dalam proses pembelajaran Bimbingan Belajar INTENS disesuaikan dengan kurikulum yang di berikan oleh pemerintah untuk mensinkronkan dengan kurikulum sekolah agar siswa dapat mengulang dan menanyakan kembali materi yang sulit di mengerti di sekolah. Siswa INTENS berasal dari sekolah yang berbeda-beda, ada yang berasal dari sekolah negeri maupun sekolah swasta. Sehingga dengan perbedaan tersebut maka kurikulum yang digunakan oleh siswa-siswa tersebut pun berbeda-beda pula, ada yang menggunakan Kurikulum 2013 edisi revisi 2016 dan Kurikulum 2013 edisi revisi 2017. Sehingga INTENS hanya menggunakan Kurikulum 2013 sebagai penengahnya.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pembelajaran berbasis *Information And Communication Technology* (ICT) dengan menggunakan alat bantu komputer multimedia yang dilakukan oleh tentor INTENS adalah:

a. Persiapan Pembelajaran Berbasis *Information And Communication Technology* (ICT)

Pembelajaran Berbasis *Information And Communication Technology* (ICT) di INTENS dilatarbelakangi karena adanya kemajuan dibidang teknologi informasi dan komunikasi yang selanjutnya merubah konsep pembelajaran dari konvensional (tradisional) menjadi pembelajaran yang berbasis teknologi, informasi dan komunikasi.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Akhmad Kasiun sebagai Direktur bahwa:

“Semua inovasi berbasis teknologi di INTENS dilatarbelakangi karena kemajuan teknologi. Sehingga pembelajaran di INTENS pun juga harus menggunakan teknologi agar menarik siswa” (W/D.A).

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan bapak Muhammad Rofiq sebagai Kepala Akademik bahwa:

“Pembelajaran berbasis *ICT* di INTENS karena adanya kemajuan dibidang teknologi informasi dan komunikasi yang selanjutnya merubah konsep pembelajaran dari konvensional (tradisional) menjadi pembelajaran yang berbasis teknologi, informasi dan komunikasi” (W/KA.M).

Tahap persiapan sangat penting dalam suatu pembelajaran karena dengan mempersiapkan segala hal yang berkaitan dengan pembelajaran yang akan disajikan berjalan secara efektif. Jika kurang, nanti akan lebih mempersiapkan ketika dalam pembelajaran. Sebelum mengajar tentor mempelajari materi yang akan disampaikan atau disajikan, serta mencari referensi sebagai pendukung dari

materi yang akan disampaikan. Sumber yang digunakan bisa dari perpustakaan INTENS misalnya ensklopedia, buku paket dari berbagai penerbit, CD pembelajaran, dan dari internet.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Akhmad Kasiun sebagai Direktur bahwa:

“Dalam tahap persiapan tentor INTENS mempersiapkan segala hal yang berkaitan dengan pembelajaran yang akan disajikan berjalan secara efektif. Sebelum mengajar tentor mempelajari materi yang akan disampaikan atau disajikan, serta mencari referensi sebagai pendukung dari materi yang akan disampaikan. Sumber bisa tentor dapatkan dari perpustakaan INTENS misalnya ensklopedia, buku paket dari berbagai penerbit, CD pembelajaran, dan dari internet” (W/D.A).

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan bapak Muhammad Rofiq sebagai Kepala Akademik bahwa:

“Mempersiapkan yang berkaitan dengan pembelajaran yang akan diajarkan. Sebelum mengajar tentor mempelajari materi yang akan disampaikan atau disajikan, serta mencari referensi sebagai pendukung dari materi yang akan disampaikan” (W/KA.M).

Hal tersebut ditegaskan lagi dengan pernyataan Ibu Peni Astuti sebagai Tendor bahwa:

“Kita mempersiapkan segala hal yang berkaitan dengan pembelajaran yang akan kita berikan kepada siswa. Jika kurang, nanti akan lebih mempersiapkan ketika dalam pembelajaran. Sebelum mengajar kita mempelajari materi yang akan disampaikan atau disajikan, serta mencari referensi sebagai pendukung dari materi yang akan disampaikan. Sumber yang digunakan bisa dari perpustakaan INTENS, CD pembelajaran, dan dari internet” (W/T.P).

b. Pelaksanaan Pembelajaran Berbasis *Information And Communication Technology* (ICT)

Untuk bisa mengetahui pelaksanaan pembelajaran di INTENS penulis mengadakan observasi langsung ke lapangan, disini penulis bahwa pelaksanaan

pembelajaran meliputi tiga tahap yaitu pembukaan, kegiatan inti dan penutup yang di mana antara kegiatan tersebut merupakan satu kesatuan yang saling mendukung, adapun penjelasan dari ketiga tahap tersebut sebagai berikut:

1) Pembukaan

Pembukaan merupakan tahap awal yang dilakukan oleh tentor ketika akan memulai pembelajaran. Sebelum melakukan pembukaan tentor menyiapkan media yang dibutuhkan yaitu laptop, LCD proyektor, speaker, dan CD pembelajaran sebagai alat bantu dalam pembelajaran. Kesemua peralatan itu haruslah kompak dan bekerja sama dalam menyampaikan informasi kepada siswa. Informasi yang disajikan melalui multimedia ini terbentuk suatu alat pembelajaran yang hidup, dapat dilihat di layar monitor, dapat didengar suaranya, dan dilihat gerakannya. Setelah selesai menyiapkan dan memasangnya kemudian tentor mengkondisikan kelas terlebih dahulu. Setelah siswa sudah tenang dan sudah siap menerima pelajaran tentor mengucapkan salam. Setelah itu tentor menanyakan pelajaran terakhir sekolah para siswanya. Ketika akan memulai pelajaran tentor menyampaikan indikator atau tujuan yang diharapkan dalam kegiatan belajar mengajar yang telah ditampilkan di layar monitor. Ini berarti tentor mengharapkan agar pelajaran yang akan disampaikan bisa nantinya dapat dipahami oleh siswa. Tendor memberikan motivasi agar siswa benar-benar mempersiapkan diri untuk belajar dan aktif dalam mengikuti pelajaran, sehingga perhatian siswa sepenuhnya terhadap penjelasan tentor.

2) Kegiatan Inti

Tentor menggabungkan materi-materi yang diterima siswa disekolah kemudian dibahas bersama di kelas. Tentor menyampaikan materi dengan ceramah dan tanya jawab. Tentor memancing pemikiran siswa dengan pertanyaan- pertanyaan. Siswa aktif dikelas mereka berebut menjawab dengan mengacungkan telunjuk tangannya. Soal diberikan satu persatu, satu soal diberikan dan dibahas kemudian dilanjutkan pemberian soal yang kedua dan seterusnya. Tentor memberikan kesempatan pada siswa untuk menuliskan hasil penyelesaian soal di whiteboard. Terdapat siswa yang membawa soal ulangan dari sekolahnya, karena dia tidak bisa maka bertanya kepada tentor. Soal kemudian dibahas bersama. Tentor lalu memberikan soal yang menyerupai soal tersebut dan menyuruh siswa mengerjakan. Tentor kemudian mengecek jawaban siswa dan melakukan pembahasan. Jawaban salah yang dikerjakan siswa diberikan pembetulan. Dalam kegiatan pembelajaran, tentor menyajikan materi pelajaran dengan konvensional dan dengan layar monitor. Tentor menyajikan materi pelajaran dengan konvensional menggunakan whiteboard dan juga menggunakan spidol 4 warna. Setiap tentor dibekali cara menggunakan spidol warna-warni untuk menjelaskan bagian-bagian yang penting seperti pada pelajaran matematika misalnya menggambar bentuk-bentuk geometri baik bidang maupun ruang. Dengan menggunakan warna, berarti otak kiri akan aktif, yaitu berkaitan dengan materi matematikanya, sedangkan otak kanan akan aktif, tak kalah melihat gambar-gambar yang berwarna.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Muhammad Rofiq sebagai Kepala Akademik bahwa:

“...tentor baru akan dilakukan training bagaimana manajemen papan tulis, bagaimana cara menguasai kelas, ibaratnya diajarkan standar baku mengajar disini, penggunaan spidol 4 warna untuk menjelaskan bagian-bagian yang penting. Apalagi dalam pelajaran matematika, anak-anak senang bila tentornya menggunakan banyak warna di papan tulis, semangat siswa akan berbeda dengan tentor yang hanya menggunakan spidol hitam saja....” (W.KA.M).

Kemudian tentor menyajikan materi pelajaran di layar monitor, dengan menggunakan CD pembelajaran yang telah termuat semua materi didalamnya dan power point untuk menambah materi jika ada yang kurang dari isi CD. Tentor menyampaikan materi di layar monitor yang dapat didengar suaranya, dilihat gerakannya.

Penggunaan metode dalam pembelajaran merupakan aspek yang saat penting dan sangat menentukan pelaksanaan pembelajaran. Metode dapat diartikan sebagai cara yang digunakan guru dalam mengadakan hubungan dengan siswa saat berlangsungnya pelajaran. Begitu juga dengan strategi, strategi sangat berpengaruh terhadap pencapaian isi materi pelajaran. Oleh karena itu antara metode dan strategi dalam pembelajaran perlu dikombinasikan. Metode dan strategi yang digunakan dalam pembelajaran INTENS disesuaikan dengan materi yang akan disajikan dengan alat bantu komputer multimedia. Dengan penggabungan metode dan strategi guru tidak hanya terpaku pada buku yang ada tapi bisa dimodifikasikan, sehingga antara metode dan strategi saling melengkapi. Metode dan strategi pembelajaran yang mendukung pembelajaran berbasis ICT dengan menggunakan komputer.

multimedia yang terdiri dari Laptop, Proyektor (LCD), spiker, dan CD pembelajaran. Adapun media yang dipakai dalam pembelajaran tercantum dalam tabel 5.2.

Tabel 5.2 Media dalam Pembelajaran INTENS

No	Media	Jumlah	Kondisi	
			Baik	Kurang Baik
1.	Spidol 4 warna	4	√	
2.	Penghapus	1	√	
3.	Modul INTENS	1	√	
4.	Video Pembelajaran	1	√	
5.	Laptop	1	√	
6.	LCD Proyektor	1	√	
7.	CD Pembelajaran	1	√	
8.	Speaker	1	√	

Media pembelajaran yang dipakai oleh tentor INTENS adalah sebagai berikut:

- 1) Yang berupa kebutuhan primer seperti papan tulis, spidol, dan penghapus.
Media ini merupakan media yang harus ada dalam proses belajar mengajar
- 2) Modul INTENS

Seluruh lembaga bimbel pasti memiliki modul khusus yang dirancang agar siswa dapat dengan mudah memahami mata pelajaran. Dengan menggunakan modul, pembelajaran materi pelajaran menghasilkan lebih jelas dan terarah. Belajar menggunakan modul adalah trik agar belajar

kemudian mengajar tersistem via konstruktif. Dalam penyusunan modul INTENS jelas juga harus mengikuti kurikulum terbaru yaitu kurikulum 2013. Modul pembelajaran INTENS mempunyai materi yang sama seperti sekolah namun disajikan lebih ringkas dan padat, penyajiannya yang mudah dimengerti, lebih mementingkan ragam soal yang banyak disertai rumus cepat seperti "*Intens Solution*" sehingga siswa dapat selangkah lebih cepat mengerjakan soal-soal yang berkaitan dengan rumus, kemudian didalam modul INTENS diberikan catatan kecil yang berguna untuk siswa menulis jawaban atau cara pemecahan soal. Berbeda dengan sekolah yang masih menggunakan buku, dimana materi didalam buku disajikan secara detail dan tidak ringkas sehingga siswa terkadang bosan untuk membaca. Kemudian penyajian soal yang tidak sebanyak modul bimbel dan tidak adanya cara cepat dalam mengerjakan soal seperti modul bimbel.

3) CD Interaktif

CD Interaktif merupakan bentuk media pembelajaran yang mudah dan menarik. Semua materi sudah tersusun rapi di dalamnya. Di dalamnya memuat gambar yang bergerak, tulisan bahkan suara. Media ini dapat digunakan dan dapat disesuaikan dengan kemampuan siswa. Selain itu media ini bisa memotivasi siswa untuk mempelajari materi yang lebih banyak

4) Video

Tentor juga memanfaatkan video yang di download dari internet (youtube). Video ini digunakan sebagai alat bantu dan alat tambahan

mengajar tentor masuk ke materi. Kemampuan video untuk mengabadikan kejadian-kejadian faktual dalam bentuk program dokumenter bermanfaat untuk membantu pengajar dalam mengetengahkan fakta, kemudian membahas fakta tersebut lebih jelas dan mendiskusikannya di ruang kelas.

5) Komputer (Laptop)

Tentor menggunakan laptop atau komputer kecil dalam menerangkan mata pelajaran. Dan program yang digunakan adalah power point. Power point merupakan salah satu program komputer yang dapat menampilkan gambar, tulisan bahkan suara.

6) LCD Proyektor

LCD proyektor digunakan tentor sebagai alat bantu untuk menampilkan materi yang ada di dalam laptop baik berupa gambar maupun power ponit karena mampu menampilkan gambar atau tulisan dengan ukuran besar.

7) Speaker

Tentor selain menggunakan Laptop dan LCD juga menggunakan speaker sebagai alat tambahan agar tampilan suara bisa lebih keras dan jelas. Siswa juga bisa lebih termotivasi dalam proses belajar mengajarnya.

3) Penutup

Pada tahapan ini tentor melakukan dan mengulas kembali secara singkat materi yang baru disampaikan, melakukan tanya jawab untuk menguatkan daya ingat dan pemahaman siswa. Pada tahapan ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan siswa dari kegiatan inti. Kegiatan pada

tahapan ini adalah:

- 1) Tentor mengajukan pertanyaan kepada siswa mengenai materi yang telah disampaikan melalui pertanyaan lisan maupun tertulis. Jika siswa mampu menjawab setiap pertanyaan yang diajukan tentor maka pembelajaran dikatakan berhasil dari segi pengetahuan.
- 2) Tentor mengakhiri pelajaran dengan membuat kesimpulan tentang materi yang telah dibahas. Kemudian tentor memberikan motivasi lagi agar siswa belajar dirumah kembali. setelah itu pembelajaran diakhiri dengan berdoa bersama dan salam.

c. Hasil Pembelajaran Berbasis *Information And Communication Technology* (ICT)

Hasil dari pembelajaran berbasis ICT ini dapat dilihat dari survei yang dilakukan oleh siswa terhadap kinerja tentor dalam proses pembelajaran dan sarana. Penilaian tentor INTENS dari siswa disebut penilaian performa. Angket tersebut berisikan penilaian dari siswa terkait dengan kemampuan tentor dalam mengajar/menyampaikan materi, kemampuan tentor dalam menyelesaikan soal, wawasan tentor sangat luas, kemampuan tentor memberi cara cepat kepada siswa, kedekatan (keramahan) tentor dengan siswa, penampilan tentor dikelas, kedisiplinan dalam mengajar, kesediaan tentor membantu siswa diluar kelas, kemampuan menginspirasi siswa (memberi semangat) dan kemampuan menggunakan multimedia pembelajaran. Penilaian tentor ini berguna untuk meningkatkan kinerja tentor agar lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan proses belajar mengajar siswa baik didalam kelas maupun diluar kelas.

Kemudian survei tersebut juga terdapat apakah materi pelajaran di INTENS sesuai dengan yang dibahas di sekolah, apakah soal-soal yang diberikan di INTENS sesuai dengan sekolah, bagaimana pendapat mengenai modul belajar, dan bagaimana ruang belajar di INTENS. Survei tersebut diisi oleh siswa secara jujur, dari penilaian sangat baik, baik, kurang baik, dan tidak baik. Penilaian ini dilakukan dalam rangka peningkatan secara kualitas dan kuantitas siswa INTENS itu sendiri.

Tabel 5.3. Hasil Observasi Pembelajaran Berbasis ICT di INTENS

No	Aspek yang Diteliti	Kegiatan	Media yang digunakan
1.	Pembelajaran Berbasis ICT		
	a. Persiapan	1. Mempersiapkan segala hal yang berkaitan dengan pembelajaran yang akan disajikan berjalan secara efektif. Jika kurang, nanti akan lebih mempersiapkan ketika dalam pembelajaran. 2. Sebelum mengajar guru mempelajari materi yang akan disampaikan atau disajikan, serta mencari referensi sebagai pendukung dari materi yang akan disampaikan.	Ensiklopedia, buku paket dari berbagai penerbit, CD pembelajaran, dan internet.
	b. Pelaksanaan	1. Pembukaan <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan salam - Apersepsi - Pretest - Memberikan motivasi - Mengkondisikan kelas 2. Kegiatan Inti <ul style="list-style-type: none"> - Penggabungan materi - Penyampaian materi - Tanya jawab 	Spidol 4 warna, Modul INTENS, Video Pembelajaran, Laptop, LCD , Proyektor, CD Pembelajaran

		<ul style="list-style-type: none"> - Pemberian soal - Pembahasan <p>3. Penutup</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengulas materi kembali - Tanya jawab - Motivasi - Tentor membuat kesimpulan - Berdoa dan salam 	Speaker
	c. Hasil	Penilaian performa oleh siswa terhadap kinerja tentor dalam proses pembelajaran	Angket

5.1.2.2 Inovasi Evaluasi Berbasis *Computer Based Test (CBT)* INTENS Batam

a. Persiapan Evaluasi Berbasis *Computer Based Test (CBT)*

Persiapan evaluasi INTENS sudah direncanakan dalam rapat evaluasi setiap akhir tahun. Evaluasi dengan *Computer Based Test (CBT)* dilakukan untuk ujian persiapan tengah semester, ujian semester, dan simulasi ujian nasional. *Computer Based Test (CBT)* di INTENS sudah diterapkan dari jenjang SD hingga SMA dan peserta tes Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS). Evaluasi berbasis *Computer Based Test (CBT)* INTENS ini dilakukan untuk melatih para siswa agar INTENS agar lebih siap menghadapi ujian berbasis komputer (UNBK) disekolah.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Akhmad Kasiun selaku Direktur bahwa:

“Penggunaan CBT dalam evaluasi bertujuan untuk membantu INTENS dalam evaluasi. Karena tentor memiliki tugas yang banyak, tidak hanya mengajarkan dan menilai pengetahuan saja. Dan juga untuk melatih para siswa agar INTENS agar lebih siap menghadapi ujian berbasis komputer (UNBK) disekolah mereka (W/D.A).

Dalam pelaksanaan suatu kegiatan atau program, diperlukan sebuah persiapan terhadap program tersebut. Seperti halnya implementasi CBT dalam evaluasi

INTENS ini tentunya terdapat persiapan sebelum berlangsungnya sebuah program tersebut. Perencanaan penggunaan CBT memiliki skematika yang rumit, berbeda dengan ujian dengan menggunakan kertas. Secara inti memiliki perencanaan yang tidak mudah.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Muhammad Rofiq selaku Kepala Akademik bahwa:

“Perencanaan sudah disiapkan pada rapat evaluasi. Teknisnya, guru harus menyetorkan soal paling lambat 2 minggu sebelum ujian kepada panitia CBT. Persiapan yang dilakukan diantaranya adalah; menganalisis materi, membuat kisi-kisi soal, membuat kartu soal beserta kunci jawaban“ (W/KA.M).

Pernyataan ini ditegaskan lagi oleh ibu Peni Astuti selaku Tentor bahwa:

“Sebelum membuat soal memang kami diarahkan oleh kepala akademik untuk membuat soal. Soal yang kami buat juga ada yang soal pokok dan soal cadangan. Kemudian soal-soal yang telah kami buat diberikan ke panitia CBT. Ya paling lambat 2 minggu sebelum CBT itu” (W/T.P).

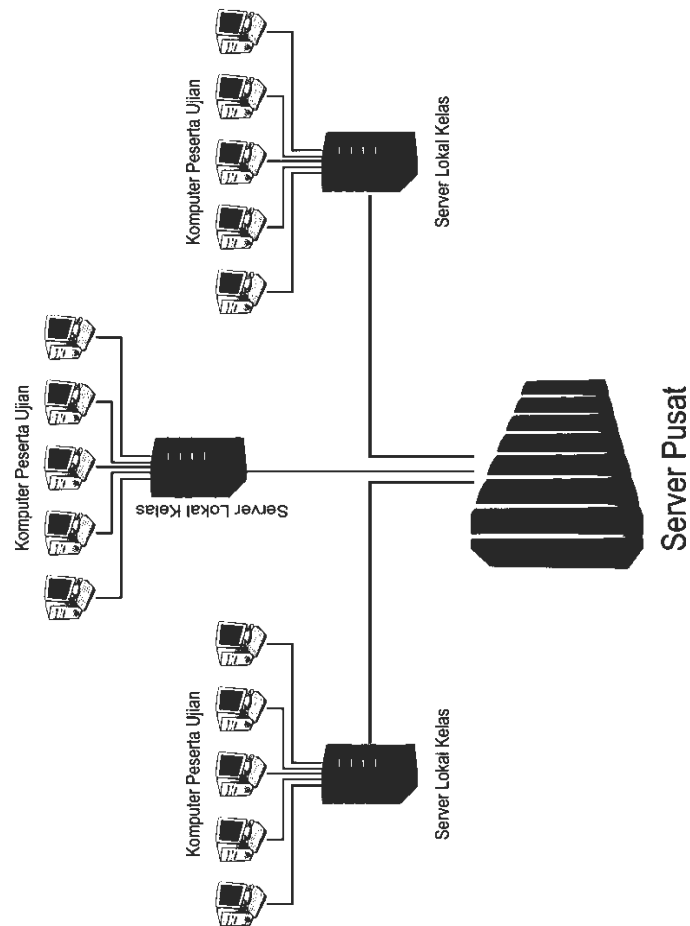
Selain perencanaan berkaitan dengan berbagai persiapan yang dilakukan oleh tentor, dalam hal ini juga berkaitan dengan persiapan yang harus dilakukan oleh tim CBT sebagai penanggung jawab pelaksana ujian. Tim CBT di INTENS yaitu terdiri Direktornya sendiri dan dibantu oleh staff. Berikut hasil wawancaranya:

“Perencanaan yang utama terletak pada kesiapan media yang akan digunakan. Karena ujian CBT tidak bisa dilaksanakan ketika unit komputer atau android yang digunakan tidak memadai. Selanjutnya kami menyusun tim untuk mempersiapkan, memantau pelaksanaan hingga tahap akhir, dan juga koordinasi dengan tentor untuk sosialisasi serta pembekalan teknis selama ujian berlangsung” (W/D.A).

Dari hasil wawancara diatas memperlihatkan bahwa, persiapan yang dilakukan untuk ujian CBT banyak sekali. Hal tersebut berkaitan dengan kesiapan unit komputer dan android dan ruangan yang akan digunakan. Spesifikasi khusus untuk peralatan yang digunakan adalah kondisi unit PC yang akan digunakan untuk CBT.

Kriterianya adalah minimal Windows 7, RAM 1 GB dan HDD 100GB. Hal ini dilakukan agar kondisi PC stabil. Kemudian smartphone berbasis Android., satu perangkat server, program CBT, modem router wifi, soal dan kunci jawaban.

Kriteria unit ini dipenuhi secara khusus agar dapat digunakan dengan baik. Ketika kondisi unit baik dan siap digunakan, diharapkan dapat memperlancar jalannya ujian. Berikut ini merupakan gambaran jaringan internet ruang ujian di INTENS :



Gambar 5.1 Jaringan komputer ujian CBT

Berdasarkan gambar tersebut, komputer tersusun secara terstruktur. Setiap ruangan terdapat beberapa komputer untuk peserta ujian serta komputer cadangan dan masing – masing terhubung kepada server lokal kelas. Server yang berada di setiap ruangan semuanya terhubung kepada server pusat. Sehingga kondisi semua komputer yang ada di seluruh ruangan ujian dapat dipantau secara langsung oleh server pusat. Peletakan server lokal diberikan agar kinerja komputer peserta ujian dalam ruangan dapat dipantau secara lokal area. Jadi apabila dimungkinkan terjadi kendala pada komputer peserta ujian dapat diatasi dengan cepat oleh petugas yang menjaga server lokal kelas. Server pusat memiliki tugas untuk menerima hasil dari seluruh komputer peserta ujian secara bersamaan.

b. Pelaksanaan Evaluasi Berbasis *Computer Based Test* (CBT)

Setelah melalui proses persiapan, selanjutnya adalah proses pelaksanaan. Dalam proses pelaksanaan CBT berbeda dengan ujian secara manual menggunakan kertas *Paper Based Test* (PBT).

Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Muhammad Rofiq selaku Kepala Akademik bahwa:

“Secara umum bentuk soal dan isinya sama saja antara CBT dan PBT, namun dalam pelaksanaan sangatlah berbeda. Ketika ujian menggunakan kertas, proses seperti biasanya murid masuk ruangan kemudian duduk menempati posisi yang telah disediakan. Selanjutnya guru membagikan soal dan lembar jawaban kepada siswa dan siswa mengerjakan soal ujian di lembar jawaban. Sedangkan CBT, pekerjaan guru menjadi mudah. Awalnya siswa masuk ruangan dan kami berikan *password*, kemudian duduk sesuai keinginan. Karena keterbatasan PC, siswa dapat menggunakan laptop atau tablet dengan menghubungkan pada jaringan wifi yang telah disediakan. Siswa login dengan *username* dan *password*. Selanjutnya siswa melakukan petunjuk sesuai panduan aplikasi CBT. Diruang ujian nanti ada 1 pengawas dan 1 tim CBT yang ditugaskan khusus untuk memantau dan mengamankan selama ujian berlangsung. 2 orang guru bertugas mengawasi siswa dalam mengerjakan soal, dan tim CBT bertugas

dalam mengawasi komputer secara keseluruhan di dalam ruangan, serta menjaga server lokal di dalam kelas“ (W/KA.M).

Hal itu juga sesuai dengan pendapat bapak Akhmad Kasiun selaku Direktur bahwa:

“Tim CBT memiliki tugas untuk memantau kondisi PC yang digunakan diruang kelas beserta server lokal kelas. Namun ada tim lain yang bertugas diserver pusat. Dimana mereka bertugas untuk menerima hasil dari masing – masing server lokal kelas. Selain itu juga, untuk menghindari contek-mencontek kami membuat soal menjadi acak secara otomatis. siswa masuk ruangan kemudina login dengan *username* dan *password*. Peserta diharuskan memasukkan *username* dan *password* yang diberikan untuk dapat masuk kedalam sistem aplikasi CBT dikomputer *client*. Selain itu *username* dan *password* tersebut berfungsi untuk mendeteksi data siswa pada komputer server lokal “ (W/D.A).

Selanjutnya berkaitan dengan pelaksanaan, peneliti melakukan wawancara dengan salah satu siswa untuk mengetahui bagaimana ujian berlangsung sebagai berikut:

“Kami masuk ruangan sesuai jam ujian mbak, untuk login kami menggunakan *username* dan *password* yang didapatkan saat masuk ruang ujian. Setelah login kami mengerjakan soal yang ada di aplikasi. Soal-soal itu kami kerjakan selama waktu yang tertera di aplikasi. Kalau waktu sudah habis aplikasi itu nutup sendiri mbak. Namun bila kami selesai mengerjakan lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan kami bisa langsung logout dan keluar ruangan“ (W/S.M).

Ketepatan waktu menjadi perihal yang *urgent* dalam setiap aktifitas, karena hal ini yang melatih siswa agar dapat disiplin terutama disiplin waktu. Durasi waktu yang digunakan untuk ujian CBT 120 menit untuk 50 soal *non exact* sementara exact berjumlah 40 soal. Namun banyak siswa yang mengerjakannya cepat, diluar waktu yang telah ditentukan. Siswa yang sudah selesai mengerjakan harus menunggu hingga waktu habis.

Setiap pelaksanaan suatu program, tentunya terdapat beberapa hambatan. Termasuk program evaluasi dengan CBT ini, terdapat beberapa hambatan.

Hambatan yang ditemukan antara lain: 1) keterlambatan siswa, 2) ada beberapa siswa yang masih kesulitan berhadapan dengan CBT, 3) perangkat bermasalah dan jaringan wifi terkadang tidak bisa menjangkau sampai lantai 3, dan 4) pemadaman listrik, 5) bagi siswa jenjang SD masih perlu pendampingan.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat ibu Peni Astuti selaku Tentor bahwa:

“Selama pelaksanaan ujian, biasanya yang menjadi masalah adalah adanya siswa yang terlambat. Selain itu kesulitan dari siswa yang belum terbiasa berhadapan dengan sistem online ini. Tidak sedikit masih ada beberapa siswa yang masih kesulitan dalam pengoperasian“ (W/T.P).

Hal ini juga sesuai dengan pendapat bapak Akhmad Kasiun selaku Direktur bahwa:

“Kendala yang kami alami biasanya berkaitan dengan laptop, android, dan jaringan internet yang ada. Terkadang ada yang bermasalah, seperti adanya virus. Sehingga kami menyediakan cadangan laptop atau android disetiap ruang ujian. Kemudian jaringan internet terkadang lemot juga. Selain itu hambatan terbesar adalah ketersediaan listrik, ketika listrik mati maka perangkat yang harus menggunakan listrik akan mati. Sehingga dengan ini kami menyiapkan genset untuk mengantisipasi listrik mati“ (W/D.A).

c. Hasil Evaluasi Berbasis *Computer Based Test* (CBT)

Hasil implementasi CBT berkaitan erat dengan proses pengelolaan hasil ujian. Proses penilaian berlangsung dengan cepat dan tepat. Setelah peserta ujian menyelesaikan pengerjaannya kemudian *logout*, maka dapat diketahui secara langsung. Dengan sistem seperti ini memberikan manfaat serta dampak yang terhadap jalannya evaluasi.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat ibu Peni Astuti selaku Tentor bahwa:

“Biasanya kalau masih menggunakan kertas kami masih repot untuk mengoreksi, belum lagi mengelompokkan nilai ujiannya. Setelah adanya CBT ini kami merasa lebih ringan, karena koreksi secara otomatis dilakukan oleh program. Jadi kami tinggal menunggu hasil penilaian dari komputer“ (W/T.P).

Hal ini juga sesuai dengan pendapat bapak Akhmad Kasiun selaku Direktur bahwa:

“Hasil berkaitan erat dengan tujuan yang kami inginkan. CBT memberikan sistem evaluasi yang efektif dan efisien serta fleksibel. Waktu berjalan dengan cepat dan sistematis. Mulai dari pelaksanaan hingga pengolahan nilai. Meminimalkan penggunaan kertas, dan juga siswa tidak perlu repot-repot membawa alat tulis“ (W/D.A).

Kemudian salah satu siswa juga berpendapat mengenai penggunaan CBT bahwa:

“Semenjak diterapkannya ujian menggunakan sistem CBT ujian lebih praktis, saya gak perlu ribet-ribet membawa alat tulis. Selain itu, kita cepat mengetahui hasilnya, dan penggunaan CBT melatih kita untuk tambah disiplin, karena dalam CBT ada estimasi waktu yang telah ditentukan“ (W/S.M).

Berdasarkan paparan data diatas, implementasi CBT dalam evaluasi pembelajaran PAI memberikan manfaat yang begitu banyak bagi semua pihak yang terhubung dengan sistem ini. Baik dari direktur, kepala akademik, tentor, siswa, semuanya merasakan hal tersebut. Pelaksanaan hingga pengolahan terlaksana secara real time cepat dan tepat, serta tidak perlu membuang-buang kertas lagi. Pengeluaran lembaga terbesar hanya kali pertama untuk pengadaan peralatan saja, namun kedepannya tinggal menggunakan saja tidak perlu pengadaan lagi. Sehingga dari sini dapat disimpulkan, bahwa implementasi ini memberikan evaluasi yang lebih efektif dan efisien serta fleksibel dari sebelumnya.

5.2. Pembahasan

Dalam penyelenggaraan pendidikan di INTENS ini adanya pembelajaran yang penerapannya menggunakan *Information And Communication Technology* (ICT) dan evaluasi berbasis *Computer Based Test* (CBT), penyelenggaraan tersebut juga sebagai bagian dari strategi pemasaran INTENS itu sendiri. Dengan melalui segenap data dan keterangan-keterangan dari hasil penelitian yang mendeskripsikan serta menganalisis kondisi di lapangan dari pengelolaan dan pengembangan pembelajaran yang dilakukan oleh segenap pemangku kepentingan dan warga instansi dapat diformulasikan maknanya, sehingga pemaknaan itu dapat memberikan arti terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini.

Hasil penelitian melalui deskripsi yang terdapat di dalamnya selanjutnya diformulasikan dengan teori yang relevan untuk dapat mengetahui keadaan dari pembelajaran dan evaluasi berbasis teknologi dengan melalui aspek persiapan, pelaksanaan, dan hasil. Serta menyimpulkan kegiatan-kegiatan yang ada pada inovasi pembelajaran *Information And Communication Technology* (ICT) dan inovasi evaluasi berbasis *Computer Based Test* (CBT).

5.2.1. Pembahasan Strategi Pemasaran pada Bimbingan Belajar INTENS

Lahirnya UU No.9 Tahun 2009 Tentang Badan Hukum Pendidikan (BHP), menciptakan suatu perubahan tatanan dalam penyelenggaraan pendidikan. UU ini menyebutkan bahwa setiap lembaga pendidikan yang ada di negara kita untuk berorientasi pada mutu dan memilih program pendidikan yang disesuaikan dengan

tuntutan dan tantangan dari *customers*, *stakeholders* dan *user* secara lokal dan global.

Adanya kebijakan UU No 9 Tahun 2009 tentang BHP, hal yang pertama harus dilakukan oleh pemimpin adalah mempelajari dan menganalisis UU tersebut tentang pengaruh, dampak dan peluang bagi lembaga pendidikan. Kemampuannya dalam memprediksi langkah yang tepat untuk mengantisipasinya akan menciptakan langkah lanjutan yang lebih menuju pada realisasi dari perubahan visi dan misinya. Perencanaan pemasaran Bimbingan Belajar INTENS diawali dengan mengidentifikasi segmentasi pasar dan melihat persaingan pasar yang ada.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mitzberg (dalam Sistianto, 2003) bahwa strategi pemasaran dapat berfokus pada persaingan dan kebutuhan konsumen. Strategi pemasaran dapat timbul dengan mengikuti perkembangan perubahan pasar yang dapat menciptakan kesempatan bagi perusahaan dan ancaman bagi yang lainnya dan top manajemen melakukan penekanan sedangkan perkembangan pasar sekarang berkompetisi sangat kuat.

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan Nurdin (2009: 22-23) bahwa strategi terbaru untuk memenangkan persaingan adalah dengan mengimplementasikan tentang konsep pemasaran, dimana lembaga pendidikan merupakan lembaga non profit yang bertujuan untuk memberikan layanan, dan marketing jasa pendidikan adalah kegiatan lembaga pendidikan memberikan layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada customer dengan cara yang memuaskan.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, INTENS memiliki pertanggungjawaban kepada masyarakat terhadap segala perilaku lembaganya, artinya sebuah lembaga pendidikan tidak hanya mencari calon peserta didik sebanyak-banyaknya, kemudian diadakan proses belajar sampai peserta didik lulus/keluar. Namun konsep marketing menjadi semakin luas lagi, dimana pertanggungjawaban lembaga pendidikan dari mulai perekrutan calon peserta didik harus berkualitas, artinya disini tidak asal terima, tetapi mempunyai perencanaan tersendiri yang berhubungan dengan visi dan misi lembaga tersebut.

Pemasaran membutuhkan suatu program atau rencana pemasaran dalam melaksanakan kegiatannya guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Program pemasaran tersebut terdiri dari sejumlah keputusan tentang bauran alat pemasaran disebut bauran pemasaran yang lebih dikenal dengan marketing mix. Bauran pemasaran juga merupakan kebijakan yang digunakan pada perusahaan untuk mampu memasarkan produknya dan mencapai keuntungan.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, INTENS menggunakan bauran pemasaran untuk strategi pemasarannya. Hal ini tersebut sesuai dengan pernyataan Kotler (2003:15) bahwa:

“Marketing mix is the set of marketing tools that the firm uses to pursue it’s marketing objectives in the target market”.

Adapun bauran pemasaran menurut Zeithaml and Bitner (2001:18) yaitu *“Marketing mix defined as the elements an organizations controls that can be used to satisfy or communicate with customer. These elements appear as core decisions variables in any marketing text or marketing plan”.*

Dalam pemasaran pendidikan, sangat dibutuhkan adanya bauran pemasaran dalam pendidikan. Bauran pemasaran dalam konteks pendidikan adalah unsur-

unsur yang sangat penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan. Bauran pemasaran merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*. Tetapi INTENS lebih berfokus pada *product* dan *promotion*.

Product, dalam konteks jasa pendidikan, produk adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Dalam hal produk INTENS berusaha untuk meluluskan siswa yang unggul melalui program utamanya diantaranya yaitu Program Reguler, Prosus dan Intensif. Kemudian program pendukung diantaranya yaitu seperti pembelajaran berbasis ICT dan evaluasi berbasis CBT. Dalam pembuatan produk, prospek pembelajaran dengan ICT dan evaluasi berbasis ICT sangat besar karena diimbangi dengan peningkatan jumlah siswa setiap tahunnya. Mengingat di era sekarang hampir di semua aspek serba menggunakan teknologi. Pelayanan pendidikan yang diberikan INTENS bukan hanya diberikan kepada murid saja tetapi juga memberikan layanan kepada orangtua siswa dengan cara mendengarkan apa yang

menjadi kebutuhan mereka, dan menampung saran-saran dari mereka yang ditujukan kepada lembaga guna untuk memajukan lembaga.

Promotion, Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk dipasaran yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk yang dihasilkan. Menurut Swastha dan Irawan (2005:347) bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan cara *advertising* melalui media TV, radio, surat kabar, buletin, dan lain-lain. Promosi penjualan juga dapat dilakukan melalui pameran pendidikan, bazar pendidikan dan investasi, melakukan kontak langsung dengan siswa dan juga melakukan kegiatan hubungan dengan masyarakat.

5.2.2. Pembahasan Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam

Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah guna tercapainya cita-cita dalam bidang pendidikan seperti yang diamanatkan oleh pembukaan UUD 1945 yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa. Upaya yang dilakukan tersebut berupa pembaharuan atau inovasi dalam bidang pendidikan. Pembaharuan atau inovasi pendidikan merupakan suatu perubahan yang baru, yang kualitatif dan berbeda dari sebelumnya, serta sengaja diusahakan untuk meningkatkan kemampuan dalam pendidikan (Wijaya, 1988:7).

Untuk itu pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan dalam pendidikan. Kebijakan-kebijakan tersebut tertuang dalam Undang-Undang Dasar 1945, program-program, undang-undang, peraturan pemerintah, peraturan menteri, dan sebagainya. Kebijakan-kebijakan tersebut sudah banyak yang dikeluarkan oleh pemerintah, di antaranya ada yang berkaitan dengan teknologi pendidikan.

Inovasi adalah perubahan yang direncanakan, yang bertujuan untuk memperbaiki praktik menuju keadaan yang lebih baik. Tegasnya inovasi adalah sesuatu yang baru, yang membuat terciptanya suasana baru karena adanya cara baru untuk memenuhi kebutuhan manusia (Ancok, 2011:3). Wijaya (1998) menyatakan inovasi pendidikan di Indonesia dapat dilihat dari empat aspek, yaitu tujuan pendidikan, struktur pendidikan dan pengajaran, metode kurikulum dan pengajaran serta perubahan terhadap aspek-aspek pendidikan dan proses.

Rosenblum & Louis (dalam Syafaruddin, 2012: 58) mengemukakan alasan perlunya inovasi dalam pendidikan:

“Declining enrollments, rapid changes in the existing technology and knowledge about teaching and learning processes, a continual expansion of the role of the school into new areas, and changes in the prevailing cultural preferences of both local communities and the larger society continually impel schools to innovate”.

Inovasi Bimbingan Belajar INTENS berguna untuk membedakan Bimbingan Belajar INTENS dengan lembaga lain, baik lembaga formal atau lembaga bimbingan sejenis. Inovasi yang dilakukan oleh INTENS dalam hal ini terkait hubungannya dengan teknologi, seperti *Information And Communication Technology* (ICT) dan *Computer Based Test* (CBT). Hal ini sesuai dengan pernyataan Fontana (2009:18) bahwa inovasi yang berhasil adalah inovasi yang

menciptakan nilai lebih besar untuk konsumen, untuk komunitas dan untuk lingkungan pada saat yang sama.

Rupsitasari (2010:16) mengatakan bahwa kehadiran inovasi mutlak dibutuhkan guna menjawab tantangan di masa depan, perusahaan yang tidak berinovasi lambat laun akan tergerus oleh para pesaing yang terus mengembangkan ide-ide baru untuk memenangkan pasar. Inovasi sangatlah penting untuk bisa bersaing sehat dengan para pesaing yang lain, sebagai contoh lembaga bimbingan belajar sejenis yang berada berdekatan dengan INTENS.

5.2.2.1 Analisis Inovasi Pembelajaran Berbasis *Information And Communication Technology (ICT)* INTENS Batam

Berbagai inovasi yang ada dalam pembelajaran, seperti pendekatan pembelajaran, media pembelajaran, alat peraga pembelajaran, metode pembelajaran, kurikulum, pengelolaan kelas, maupun pembelajaran yang berbasis teknologi atau yang dikenal dengan ICT. Hal tersebut juga tertuang dalam UU Sisdiknas No 20 tahun 2003 menyebutkan adanya berbagai metode pembelajaran yang bisa diterapkan, selain yang bersifat konvensional dalam pelaksanaan pendidikan nasional. Selama ini kebanyakan pembelajaran dilakukan pada ruang tertutup dengan dibantu buku dan guru yang siap mengajar. Dalam perkembangannya, pembelajaran tidak hanya sekedar membaca lembar demi lembar buku, namun harus mampu beradaptasi memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam proses pembelajaran sehingga peserta didik lebih termotivasi dan bersemangat.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, INTENS sudah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam proses pembelajaran melalui ICT. Alasan ICT dikatakan sebagai salah satu bentuk inovasi pembelajaran karena adanya kemajuan dibidang teknologi informasi dan komunikasi yang selanjutnya merubah konsep pembelajaran dari konvensional (tradisional) menjadi pembelajaran yang berbasis teknologi, informasi dan komunikasi. Pembelajaran berbasis *information Communication Technology* (ICT) merupakan salah satu terobosan dari dunia pendidikan dalam peningkatan pemanfaatan teknologi pendidikan. ICT merupakan salah satu trik untuk mempermudah menyampaikan pesan dari pendidik (guru) kepada peserta didik (siswa), sehingga dapat memperlancar proses belajar mengajar.

Dalam proses pembelajaran melibatkan beberapa komponen diantaranya yaitu perencanaan/persiapan kegiatan pembelajaran salah satunya. Menurut Wina Sanjaya (2008) menyebutkan empat unsur perencanaan/persiapan, yaitu; 1) adanya tujuan yang harus dicapai, 2) adanya strategi untuk mencapai tujuan, 3) sumber daya yang dapat mendukung, dan 4) implementasi setiap keputusan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa perencanaan bukan terbatas hanya satu tahap kegiatan, tetapi melalui tahapan sistematis yang harus ditempuh. Berdasarkan hasil temuan di lapangan INTENS bentuk persiapan pembelajaran ICT dari INTENS yaitu sebelum mengajar guru mempelajari materi yang akan disampaikan atau disajikan, serta mencari referensi sebagai pendukung dari materi yang akan disampaikan. Sumber yang digunakan bisa dari perpustakaan INTENS misalnya ensklopedia, buku paket dari berbagai penerbit, CD pembelajaran, dan dari internet.

Indikator pada keberhasilan persiapan pembelajaran ICT ini dilihat dari adanya aspek dari tujuan pendidikan di INTENS sendiri dengan latar belakang atau pun visi-misi di lembaga pendidikan tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Hidayati (2017) bahwasannya indikator keberhasilan program pada aspek perencanaan yaitu adanya relevansi antara tujuan pendidikan akhlak dengan latar belakang berdirinya lembaga, adanya relevansi antara tujuan pendidikan akhlak dengan harapan orang tua siswa, adanya relevansi antara tujuan pendidikan akhlak dengan materi pendidikan akhlak, dan adanya relevansi antara tujuan pendidikan akhlak dengan lingkungan sekolah.

Pelaksanaan proses pembelajaran menjadi komponen yang sangat penting dalam mewujudkan kualitas out put pendidikan. Oleh karena itu, pelaksanaan proses pembelajaran harus dilaksanakan secara tepat dan proposional (Saekhan, 2008:109). Dengan demikian, guru harus mampu mengimplementasikan teori yang berkaitan dengan teori pembelajaran ke dalam realitas pembelajaran yang sebenarnya. Menurut Roy R.Lefrancois (dikutip oleh Dimiyati Mahmud), menyatakan bahwa, pelaksanaan pembelajaran adalah pelaksanaan strategi-strategi yang telah dirancang untuk mencapai tujuan pembelajaran (Saekhan, 2008:110).

Berdasarkan Permendiknas Nomor 41 tahun 2007 bahwa dalam pelaksanaan proses pembelajaran terdapat persyaratan pelaksanaan proses pembelajaran baru kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pembelajaran. Pelaksanaan pembelajaran merupakan aktivitas atau usaha-usaha yang dilaksanakan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijaksanaan yang telah dirumuskan dan ditetapkan dengan dilengkapi segala kebutuhan yang telah dirumuskan dan

ditetapkan dengan dilengkapi segala kebutuhan. Pelaksanaan pembelajaran ini merupakan kegiatan untuk merealisasikan rencana menjadi suatu tindakan nyata dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut Daryanto dan Rahardjo (2012:147) pelaksanaan pembelajaran adalah proses interaksi antara peserta pelatihan dan pengajar yang menggunakan segala sumber daya sesuai dengan perencanaan yang telah dipersiapkan sebelumnya dalam rangka mencapai tujuan.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, pelaksanaan pembelajaran ICT di INTENS meliputi tiga tahap yaitu pembukaan, kegiatan inti dan penutup. Pembukaan merupakan tahap awal yang dilakukan oleh tentor ketika akan memulai pembelajaran. Kegiatan dalam pembukaan ini diantaranya memberi salam, apersepsi, pretest, memberikan motivasi dan mengkodisikan kelas. Hal ini sesuai dengan tujuan membuka pelajaran menurut Daryanto dan Muljo (2012) yaitu menimbulkan perhatian dan memotifasi siswa, menginformasikan cakupan materi yang akan dipelajari dan batasan batasan tugas yang akan dikerjakan siswa, memberikan gambaran mengenai metode atau pendekatan-pendekatan yang akan digunakan maupun kegiatan pembelajaran yang akan dilakukan siswa, melakukan apersepsi, yakni mengaitkan materi yang telah dipelajari dengan materi yang akan dipelajari, mengaitkan peristiwa aktual dengan materi baru.

Penyampaian materi pembelajaran merupakan inti dari suatu proses pelaksanaan pembelajaran. Tmentor menggabungkan materi-materi yang diterima siswa disekolah kemudian dibahas bersama di kelas, memberikan materi, meberikan pertanyaan, kemudian tentor menyajikan materi pelajaran dengan media. Beberapa perangkat yang digunakan dalam ICT antara lain LCD Proyeksi,

jaringan internet, laptop atau perangkat keras (*hardware*) lainnya. Mengenai materi pembelajaran dapat disampaikan melalui internet, CD atau perangkat lunak (*software*) lainnya. Hal ini sesuai dengan tujuan penyampaian materi pembelajaran menurut Daryanto dan Muljo (2012), yaitu; (1) membantu siswa memahami dengan jelas semua permasalahan dalam kegiatan pembelajaran, (2) membantu siswa untuk memahami suatu konsep atau dalil, (3) melibatkan siswa untuk berpikir, dan (4) memahami tingkat pemahaman siswa dalam menerima pembelajaran.

Kemudian pada penutup, tentor melakukan dan mengulas kembali secara singkat materi yang baru disampaikan, melakukan tanya jawab untuk menguatkan daya ingat dan pemahaman siswa. Pada tahapan ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan siswa dari kegiatan inti. Hal ini sesuai tujuan kegiatan menutup pelajaran menurut Daryanto dan Muljo (2012), yaitu; (1) mengetahui tingkat keberhasilan siswa dalam mempelajari materi pembelajaran, (2) mengetahui tingkat keberhasilan guru dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran, (3) membuat rantai kompetensi antara materi sekarang dengan materi yang akan datang.

Hasil dari pembelajaran berbasis ICT ini dapat dilihat dari survei yang dilakukan oleh siswa terhadap kinerja tentor dalam proses pembelajaran dan sarana. Penilaian tentor INTENS dari siswa disebut penilaian performa. Penilaian ini dilakukan dalam rangka peningkatan secara kualitas dan kuantitas siswa INTENS itu sendiri. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan (Arifin, 2012) bahwa hasil yang diperoleh dapat dijadikan balikan (*feedback*) bagi guru dalam memperbaiki dan menyempurnakan program dan kegiatan pembelajaran.

5.2.2.2 Analisis Inovasi Evaluasi Berbasis *Computer Based Test (CBT)* INTENS

Batam

Computer Based Test (CBT) dilatar belakangi Penyelenggaraan UN berbasis komputer atau UN CBT yang mengacu pada kebijakan perubahan ujian nasional tahun pelajaran 2014/2015 yang ditetapkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Perubahan kebijakan terkait ujian nasional tahun pelajaran 2014/2015 meliputi, yaitu a) ujian nasional tidak lagi menjadi syarat kelulusan peserta didik pada satuan pendidikan, b) ujian nasional dapat diulang tahun berikutnya, c) hasil dari ujian nasional digunakan untuk syarat masuk ke jenjang pendidikan selanjutnya, dan d) pengenalan ujian nasional berbasis komputer pada penyelenggaraannya di Indonesia.

Mengenai kebijakan ujian nasional berbasis komputer atau UN CBT dituangkan dalam Peraturan Badan Standar Nasional Nomor 0031/P/BNSP/III/2015 tentang Prosedur Operasional Standar Penyelenggaraan Ujian Nasional Tahun Pelajaran 2014/2015. Kebijakan tersebut membahas tentang prosedur, petunjuk teknis dan mekanisme pelaksanaan UN CBT pada tahun 2015.

Tujuan pelaksanaan evaluasi dengan CBT sama halnya dengan pelaksanaan evaluasi pembelajaran secara konvensional atau PBT. Menurut Wiyono dan Sunarni, tahap perencanaan evaluasi mencakup langkah perumusan tujuan evaluasi, penetapan aspek-aspek yang diukur, penetapan teknik atau metode pengumpulan data, penyiapan instrumen pengumpul data, dan penetapan waktu pelaksanaan.

Perencanaan penilaian peserta didik sesuai dengan kompetensi yang akan dicapai dan berdasarkan prinsip-prinsip penilaian. Prinsip – prinsip tersebut antara

lain, yaitu; (1) valid, (2) mendidik, (3) berorientasi pada Kompetensi, (4) adil dan objektif, dan (4) bermakna.

Berdasarkan hal tersebut, INTENS mengadakan rapat evaluasi setiap akhir tahun yang didalamnya juga membahas terkait hal apa saja yang harus dipersiapkan dengan penyesuaian penilaian berdasarkan pada prinsip-prinsip penilaian. Pada tahap persiapan CBT dalam evaluasi INTENS, menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk pelaksanaan ujian yaitu, soal-soal dari tentor dan kesiapan media yang akan digunakan kebutuhan seperti komputer/laptop, kebutuhan listrik serta jaringan internet disetiap ruangan yang digunakan untuk ujian CBT. Hal ini sesuai dengan teori menurut Romiszowki (1988:306) bahwa:

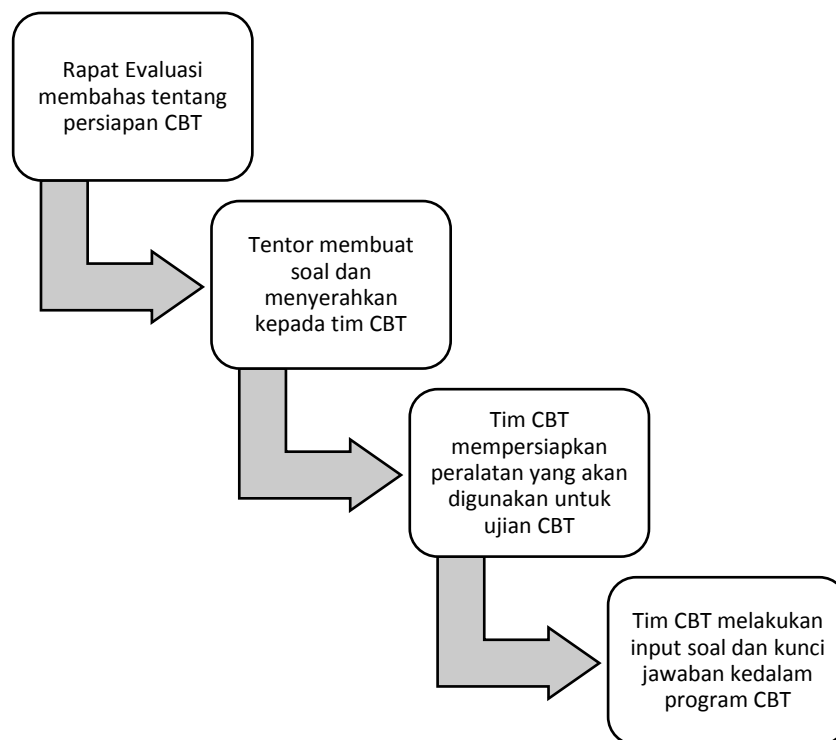
“Computer Based Testing may (like CMI) be part of a CAI sistem, or may be a stand alone facility. Some computer based testing facilities are no more than an item bank, which can be used to generate two or more tests of equivalent content and difficulty, to be used at different moments in conventional classroom“

CBT berkaitan erat dengan kesiapan ruang yang digunakan untuk ujian. komputer dan jaringan internet adalah hal yang terpenting untuk melaksanakan evaluasi pembelajaran dengan sistem CBT. Karena alur bermula dari komputer client kemudian dihubungkan dengan server melalui jaringan internet.

Terdapat standart khusus yang perlengkapan yang layak digunakan dalam ujian CBT. Berdasarkan peraturan BSNP 0031/BNSP/III/2015 tentang Prosedur Operasional Standar Penyelenggaraan Ujian Nasional Tahun Pelajaran 2014/2015. Standart jaringan yang digunakan harus dalam keadaan baik. Berdasarkan hasil temuan di lapangan, kriterianya adalah minimal Windows 7, RAM 1 GB dan HDD 100GB. Hal ini dilakukan agar kondisi PC stabil. Kemudian smartphone berbasis

Android., satu perangkat server, program CBT, modem router wifi, soal dan kunci jawaban. Kriteria unit ini dipenuhi secara khusus agar dapat digunakan dengan baik. Ketika kondisi unit baik dan siap digunakan, diharapkan dapat memperlancar jalannya ujian. Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa INTENS sudah mempersiapkan perlengkapan ujian CBT sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Proses perencanaan dalam implementasi CBT dalam evaluasi INTENS dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 5.2 Skema Perencanaan ujian CBT

Berdasarkan teori pada implementasi evaluasi dengan CBT dapat diuraikan sebagai berikut: (1) Tujuannya adalah untuk memperoleh hasil belajar peserta didik

melalui tes secara objektif yang dilakukan secara online, (2) Aspek yang diukur adalah pengetahuan dan pemahaman peserta didik dari pelajaran yang telah diajarkan oleh guru, (3) teknik yang digunakan adalah teknik tes. Yang membedakannya yaitu menggunakan sistem komputer secara online untuk pelaksanaan tesnya dan tes yang dilakukan adalah tes obyektif.

Menurut Chabib Thoha tes obyektif adalah tes tertulis yang menuntut siswa memilih jawaban yang telah disediakan atau memberikan jawaban singkat terbatas. Berdasarkan teori tersebut tes obyektif yang digunakan yaitu berupa tes dengan soal pilihan ganda, yaitu jenis tes yang menyajikan soal dan pilihan jawaban sehingga peserta didik hanya perlu memilih salah satu jawaban yang dianggap paling benar.

Hal yang perlu dilakukan pada tahap pelaksanaan evaluasi CBT di INTENS adalah menentukan tujuan dari pelaksanaan evaluasi, membuat desain, menyusun instrumen evaluasi dan menyajikan tes. Yang membedakan adalah adanya penyajian tes pada tahap pelaksanaan. Menurut Muna, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penyajian tes ini adalah waktu penyajian, petunjuk yang jelas mengenai cara menjawab atau mengerjakan tes, ruangan dan tempat duduk peserta didik.

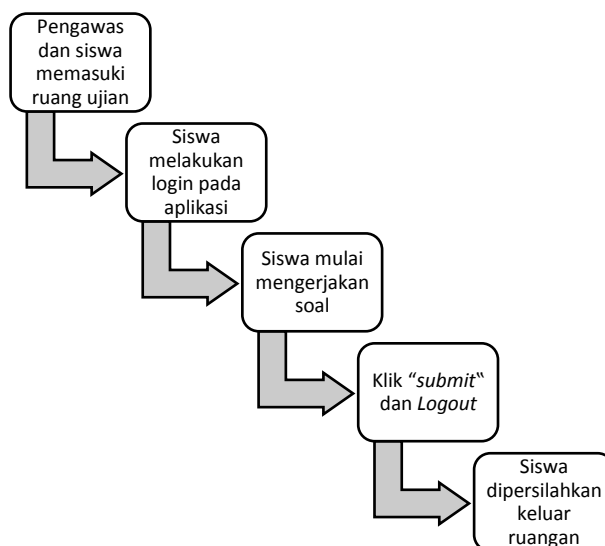
Berdasarkan hal tersebut, sesuai dengan yang dilakukan di INTENS, pelaksanaan evaluasi berbasis CBT, yaitu: (1) waktu pelaksanaan ujian CBT berdasarkan jadwal pelaksanaan yang telah disusun oleh panitia yaitu pada ujian persiapan tengah semester, ujian semester, dan simulasi ujian nasional, (2) petunjuk untuk mengerjakan disampaikan pada peserta didik sebelum waktu mengerjakan dimulai. Petunjuk pelaksanaan yang perlu diketahui oleh peserta didik adalah

diwajibkan untuk datang selambat- lambatnya 5 menit sebelum waktu ujian dimulai. Hal ini bertujuan untuk melakukan persiapan agar tidak terjadi keterlambatan peserta ujian. Setelah proses tersebut berhasil dilakukan dan tidak terjadi kendala, peserta ujian membuka aplikasi, dan (3) peserta didik melakukan log in menggunakan *username* dan *password* masing-masing. *Password* tersebut didapatkan dari INTENS sebelum memulai ujian. Saat peserta didik telah menyelesaikan ujiannya, klik “*submit*” dan *Logout*. Setelah peserta didik selesai mengerjakan, bisa langsung keluar ruangan tidak perlu menunggu peserta ujian lainnya selesai. Hal ini dilakukan agar tidak mengganggu peserta didik yang belum selesai. Pada dasarnya tahap pelaksanaan pada evaluasi hasil belajar peserta didik merupakan realisasi dari tahap perencanaan. Karena pelaksanaan pada evaluasi mengacu pada tujuan yang telah ditetapkan.

Setiap ruang ujian di INTENS terdapat petugas diantaranya tentor pengawas yang bertugas untuk memantau kehadiran peserta ujian, dan mengikuti jalannya ujian, mengawasi peserta ujian selama tes berlangsung. Terdapat tim CBT 1 orang yang menjaga server dilokal kelas, serta memantau kondisi unit diruangan tersebut. Hal ini dilakukan untuk menjaga kelancaran selama ujian berlangsung. Penempatan server lokal bertujuan untuk mengatur, memantau jalanya komputer dalam jaringan tersebut. Selanjutnya setiap server lokal dimasing ruang terhubung kepada komputer server pusat. Server pusat berfungsi untuk memantau kinerja komputer server lokal beserta komputer peserta ujian. Selain itu data selama pelaksanaan ujian, absensi peserta ujian, berikut hasil ujiannya ditangani langsung oleh server pusat. Berdasarkan paparan data, tidak sedikit peserta ujian yang belum

terbiasa menggunakan media komputer dalam melaksanakan ujian CBT ini. Masih terdapat peserta ujian yang merasa tidak tenang karena silau akibat radiasi dari layar monitor.

Ujian CBT dapat dibagi menjadi 3 macam berdasarkan jaringannya, yaitu ; CBT *offline*, CBT *Semi Online* dan CBT *Online*. CBT *Offline* adalah pelaksanaan ujian CBT tidak menggunakan jaringan internet. Jadi hanya menggunakan kabel. CBT *Semi Online* artinya penggunaan internet tidak secara penuh digunakan untuk pelaksanaan ujian CBT. Sedangkan CBT *Online* artinya pelaksanaan ujian CBT menggunakan akses internet penuh. Berdasarkan teori tersebut, implementasi CBT di INTENS dapat digolongkan dalam jenis ujian CBT *Semi Online*. Karena selama pelaksanaan ujian penggunaan internet tidak secara penuh digunakan untuk pelaksanaan ujian CBT. Secara umum, pelaksanaan ujian CBT dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 5.4 Skema Pelaksanaan Ujian CBT

Evaluasi dengan CBT ini terdapat beberapa hambatan. Hambatan yang ditemukan antara lain: 1) keterlambatan siswa, 2) ada beberapa siswa yang masih

kesulitan berhadapan dengan CBT, 3) perangkat bermasalah dan jaringan wifi terkadang tidak bisa menjangkau sampai lantai 3, dan 4) pemadaman listrik, 5) bagi siswa jenjang SD masih perlu pendampingan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut INTENS melakukan tindakan pemecahan masalah sebagai berikut:

1. Mengenai listrik padam dapat diatasi dengan adanya suplai daya cadangan yang berasal dari UPS (*Uninterruptible Power Supply*) untuk penyimpanan pada server dan juga menyediakan Genset untuk kebutuhan listrik semua perangkat.
2. Penambahan unit perangkat cadangan disetiap ruang ujian untuk mengatasi kekurangan perangkat ketika ada perangkat yang bermasalah.
3. Melakukan penambahan kuota jaringan internet yang digunakan untuk ujian CBT.
4. Memberikan kesempatan bagi peserta ujian yang terlambat untuk mengikuti gelombang ujian setelahnya.

Hasil dari evaluasi peserta didik akan segera diketahui setelah peserta didik menyelesaikan ujian, yaitu jumlah jawaban benar dan salah dari yang telah dikerjakan oleh peserta didik. Hal ini sesuai dengan teori dalam ujian CBT, *Scoring; many item types can be automatically scored* . Proses *scoring* berjalan dengan otomatis dalam program CBT. Tidak perlu adanya pengkoreksian secara manual seperti ujian yang dilaksanakan secara konvensional. Secara sistemik, soal beserta kunci jawaban diunggah secara bersamaan kedalam program. Pada saat siswa selesai mengerjakan, sistem akan mencari ketepatan jawaban berdasarkan kunci jawaban yang telah diunggah. Dengan sekejap nilai hasil ujian bisa langsung

didapatkan. Nilai dari setiap peserta ujian dapat diterima dengan cepat oleh tentor dari Tim CBT, sehingga tentor dapat segera melakukan tindak lanjut terhadap hasil yang diperoleh peserta didik.

Salah satu strategi mengapa INTENS menggunakan CBT dalam pelaksanaan evaluasi adalah agar meminimalkan penggunaan kertas sebagai media dalam evaluasi. Hal ini sesuai dengan teori *Reduce paper cost; computer based tests for larger classes avoid what can be a substantial cost in producing paper tests*. Biaya penggunaan kertas untuk ujian secara konvensional seperti cetak soal dan LJK menghabiskan anggaran yang banyak. CBT membantu lembaga untuk mengurangi kebutuhan anggaran yang selama ini banyak untuk mempersiapkan lembar soal. Dengan menggunakan CBT lembaga tidak perlu melakukan pengadaan barang berulang kali, cukup melakukan pengadaan diawal yang mendukung untuk tes CBT. Fasilitas tersebut dapat digunakan berulang-ulang hanya saja memerlukan perawatan yang ekstra karena berkaitan dengan barang elektronik. Selain itu juga, Keuntungan menggunakan CBT dalam evaluasi adalah ketepatan waktu. Pada ujian secara konvensional atau *paper based test (PBT)* waktu yang digunakan untuk ujian tidak bisa berjalan dengan tepat. Masih saja terdapat keterlambatan waktu dalam mengerjakan soal ujian. Estimasi waktu penting sekali dalam terlaksananya ujian yang kondusif. Ketepatan waktu yang dirancang dalam sistem CBT memberikan ruang bagi peserta ujian untuk dapat mengatur waktu mengerjakan soal ujiannya. Karena ketika waktu habis, sistem akan secara otomatis menutup lembar kerja dan soal yang telah terjawab secara otomatis tersimpan ke server. Dari sini dapat diketahui bahwa sistematika waktu yang tepat, menentukan pelaksanaan evaluasi

yang efektif.

Tabel 5.4. Hasil Observasi Evaluasi Berbasis CBT di INTENS

No	Aspek yang Diteliti	Kegiatan	Media yang digunakan
1.	Evaluasi Berbasis CBT		
	a. Persiapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rapat evaluasi membahas tentang persiapan CBT 2. Tentor membuat soal dan menyerahkan kepada tim CBT 3. Tim CBT mempersiapkan peralatan yang akan digunakan untuk ujian CBT 4. Tim CBT melakukan input soal dan kunci jawaban kedalam program CBT 	<p>Satu perangkat server, program CBT, modem router wifi</p>
	b. Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengawas dan siswa memasuki ruang ujian 2. Siswa melakukan login pada aplikasi 3. Siswa mulai mengerjakan soal 4. Klik “<i>submit</i>” dan Logout 5. Siswa dipersilahkan keluar ruangan 	
	c. Hasil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guru tidak perlu lagi mengoreksi manual, karena skoring otomatis. 2. Hemat waktu dan menghemat anggaran, 3. membantu guru dalam analisis soal dengan cepat, 4. Siswa siap menghadapi UNBK 	

BAB VI

PENUTUP

6.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah disajikan mengenai Strategi Pemasaran di Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam, maka dapat disimpulkan:

- 1) Strategi pemasaran yang dilakukan lembaga bimbingan belajar INTENS berfokus pada produk dan promosi. Dalam hal produk INTENS berusaha untuk meluluskan siswa yang unggul melalui program utamanya diantaranya yaitu Program Reguler, Prosus dan Intensif. Kemudian program pendukung diantaranya yaitu seperti pembelajaran berbasis ICT dan evaluasi berbasis CBT. Dalam pembuatan produk, prospek pembelajaran dengan ICT dan evaluasi berbasis CBT sangat besar karena diimbangi dengan peningkatan jumlah siswa setiap tahunnya. Mengingat di era sekarang hampir di semua aspek serba menggunakan teknologi. Kemudian promosi INTENS dilakukan dengan cara yaitu melalui promosi konvensional, teknologi dan kerjasama. Promosi konvensional yang lainnya yaitu dilakukan melalui tanya jawab di lokasi. Kegiatan promosi tersebut seperti pembuatan brosur, pamflet, leaflet dan spanduk. Promosi dengan teknologi melalui internet dilakukan dengan cara memasang iklan di berbagai sosial media khususnya Instagram, Website dan penggunaan *Sms Blasting*. Strategi kerjasama yaitu dengan cara membuat kesepakatan dengan pihak luar yaitu sekolah,

- 2) Bentuk-bentuk strategi INTENS yaitu dengan inovasi program pendidikan dan pelatihan berbasis teknologi yang diterapkan, seperti pembelajaran berbasis *Information And Communication Technology (ICT)* dan evaluasi berbasis *Computer Based Test (CBT)*. Bentuk persiapan pembelajaran ICT yaitu sebelum mengajar guru mempelajari materi yang akan disampaikan atau disajikan, serta mencari referensi sebagai pendukung dari materi yang akan disampaikan. Pelaksanaan pembelajaran ICT di INTENS meliputi tiga tahap yaitu pembukaan, kegiatan inti dan penutup. Beberapa perangkat yang digunakan dalam ICT antara lain LCD Proyeksi, jaringan internet, laptop atau perangkat keras (hardware) lainnya. Mengenai materi pembelajaran dapat disampaikan melalui internet, CD atau perangkat lunak (software) lainnya. Penutup, tentor melakukan dan mengulas kembali secara singkat materi yang baru disampaikan, melakukan tanya jawab untuk menguatkan daya ingat dan pemahaman siswa. Kemudian bentuk persiapan *Computer Based Test (CBT)* evaluasi yaitu, menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk pelaksanaan ujian yaitu, soal-soal dari tentor dan kesiapan media yang akan digunakan kebutuhan seperti komputer/laptop, kebutuhan listrik serta jaringan internet disetiap ruangan yang digunakan untuk ujian CBT. Pelaksanaan evaluasi CBT di INTENS adalah menentukan tujuan dari pelaksanaan evaluasi, membuat desain, menyusun instrumen evaluasi dan menyajikan tes. Hasil dari evaluasi peserta didik akan segera diketahui setelah peserta didik menyelesaikan ujian, yaitu jumlah jawaban benar dan salah dari yang telah dikerjakan oleh peserta didik.. Proses *scoring* berjalan dengan otomatis dalam program CBT.

6.2. Saran

Berdasarkan simpulan hasil penelitian, peneliti memberikan saran, yaitu sebagai berikut:

- 1) Lembaga perlu mengoptimalkan kegiatan promosi ke sekolah-sekolah dengan melakukan sosialisasi pengenalan program dan metode-metode pembelajaran berbasis teknologi di INTENS. Kemudian pemasaran Lembaga Bimbingan Belajar INTENS Batam hendaknya dikelola oleh SDM yang memang khusus mengelola bagian pemasaran. Sehingga pemasaran dapat terkelola dengan baik dan terfokus.
- 2) Inovasi berbasis teknologi diharapkan dapat mengupayakan pembelajaran online, dimana pembelajaran tersebut dapat menjangkau jarak yang jauh, sehingga siswa INTENS dapat belajar dimanapun dan kapanpun. Kemudian dalam evaluasi menggunakan CBT, meskipun soal ujian CBT dapat digunakan berulang-ulang tetapi tentor diharapkan tetap harus secara berkala membuat soal yang berbeda dari soal yang telah diujikan sebelumnya. Hal tersebut harus diupayakan agar menghindari kebocoran soal yang akan diujikan. Selain itu diharapkan dengan adanya inovasi berbasis teknologi tersebut, INTENS dapat bersaing dengan lembaga lain dengan mempunyai keunggulan pada bidang teknologi yang mengikuti perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- A.F Stoner James, dkk. 1996. *Manajemen. Edisi Indonesia*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Ahmadi dan Supriyono. 1991. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka cipta.
- Ancok, Djamaluddin. 2011. *Psikologi Kepemimpinan dan Inovasi*. Surabaya: Erlangga.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- At-taubany, dkk. 2017. *Desain Pengembangan Kurikulum 2013 di Madrasah*. Depok: Kencana.
- Barnett, H.G. 1953. *Innovation: The Basis of Cultural Change*. New York: McGrawHill Book Company.
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Budiono, Eko & Susanto, Hadi. 2006. “Penyusunan dan Penggunaan Modul Pembelajaran Berdasar Kurikulum Berbasis Kompetensi Sub Pokok Bahasan Analisa Kuantitatif untuk Soal-Soal Dinamika Sederhana pada Kelas X Semester I SMA . *Jurnal Pendidikan Fisika Indonesia FMIPA UNNES*. 4: (2).
- Cullen, R dkk. 2012. *Learner-Centered Curriculum: Design and Implementation*. San Francisco: Jossey –Bass.
- Damanik, Jafriansen. 2015. “Upaya Dan Strategi Pemenuhan Standar Nasional Pendidikan”. *Jurnal dinamika pendidikan STKIP Purnama Jakarta*, 8 (3): 153.
- David, Fred R. 2010. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Depdiknas .2003. *Sistem Pendidikan Nasional*. Undang-undang RI No.20 tahun 2003.
- Depdiknas. 2005. *Standar Nasional Pendidikan*. Jakarta: Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005.

- Depdiknas. 2007. *Standar Proses*. Permendiknas Nomor 41 Tahun 2007.
- Dharmmesta, B.S & Handoko, T.H. 1982. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Liberty : Yogyakarta
- Djamarah, S Bahri dan Zain, A. 2002. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Drucker, Peter. 1990. *Leading For Innovation*. New York: F Foundations.
- Fatkuroji. 2015. “Desain Model Manajemen Pemasaran Berbasis Layanan Jasa Pendidikan pada MTs Swasta Se-Kota Semarang”. *Jurnal Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*, 9 (1): 73.
- Firdausi, Intan. 2016. Pengaruh Inovasi Produk, Daya Tarik Iklan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Dengan Menu Unik (Studi Kasus Pada Café Tombo Ngelak Yogyakarta)”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fontana, Avanti. 2009. *Innovate We Can!*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Gunawan, Iman. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Pratik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadikusumo, Kunaryo. 2012. “Pengaruh Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah, Perbaikan Mutu Sekolah Berkelanjutan, Budaya Sekolah, Pendidikan Sekolah Dasar Yang Islami, Terhadap Kepuasan Pelanggan (Orang Tua Siswa Sdi Al-Azhar 14 Semarang)”. *Jurnal Penelitian Pendidikan Universitas Negeri Semarang*, 29 (1): 18.
- Hamidi. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Handayani, Nurhakimah S. 2015. Pengembangan Pola Rekrutmen Guru Di Pondok Pesantren Modern Imam Syuhodo Muhammadiyah Cabang Blimbing Daerah Sukoharjo. *Tesis*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Handyaningrat, Soewarno. 1985. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: PT Gunung Agung.
- Handoko, Tanoto. 2002. Formulasi Strategi Pemasaran Pelumas Repsol pada PT. Sukabumi Trading Coy Jateng. *Tesis*. Semarang: Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Hapsari, Desy Y.T. 2015. “Kemampuan Rata-Rata Guru dalam Mengembangkan, Mengimplementasikan, dan Mengevaluasi Kurikulum 2013”. *Indonesian*

Journal of Curriculum and Educational Technology Studies, Universitas Negeri Semarang, 3 (1): 23.

Hasibuan, Malayu S.P. 1989. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Gunung Agung.

Herujito, Yayat M. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.

Hidayati, M., Laelatul Tohiroh., & Istyarini. 2017. "Evaluasi Program Pendidikan Akhlak di Full Day School Sekolah Dasar Islam Terpadu". *IJCET, Innovative Journal of Curriculum and Educational Technology*. 5 (1): 10-21.

Husein, Umar. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Imron, A. 2003. *Manajemen Pendidikan*. Malang: Universitas Negeri Malang.

Intan, Rani. 2015. "Pengaruh Kemampuan Kognitif dan Penghargaan Terhadap Kinerja Guru Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajar Nurul Fikri di Jakarta". *Jurnal AKP*, 5 (2): 60.

Ismaya, Bambang. 2015. *Pengelolaan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.

Jasfar, Farida. 2005. *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia.

Juliyanto, Haryono & Muhammad Khumedi. 2017. "Evaluasi Implementasi Kurikulum dalam Aktivitas Riil pada Mata Pelajaran melakukan Instalasi Sistem Operasi Jaringan Berbasis *Graphical User Interf*". *IJCET, Innovative Journal of Curriculum and Educational Technology*. 6(2): 65-71.

Kepmendikbud. 1977. *Pokok-pokok Pelaksanaan Pembinaan Program Pendidikan Luar Sekolah yang diselenggarakan masyarakat*. Nomor 0151/U/1977.

Khasanah, Afidatun. 2015. "Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden". *Jurnal El-tarbawi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 8 (2): 166.

Komara, Lilis C. 2014. Pengaruh Implementasi Inovasi Pendidikan dan Kompetensi Guru Terhadap Produktivitas Sekolah (Studi pada SMP di Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pascasarjana Administrasi Pendidikan*. 2 (1): 55.

Kompri. 2015. *Manajemen Sekolah Orientasi Kemandirian Kepala Sekolah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kotler, Philip. 2006 *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks

- Machali, Imam dan Ara Hidayat. 2015. *The Handbook of Education Management*. Yogyakarta: Magister Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Mansyur, Agus S. 2007. "Pengembangan Kurikulum Berbasis Karakter: Konsep Dan Implementasinya". *Jurnal Pendidikan Universitas Garut*, 1 (1): 4.
- Mondy, Wayne R. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Terj. dari, Human Resource Management oleh Bayu Airlangga*. Jakarta: Erlangga.
- Mudyahardjo, Redya. 2008. *Pengantar Pendidikan Sebuah Studi Awal Tentang Dasar-Dasar Pendidikan pada Umumnya dan Pendidikan Di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mukhlisin, Ahmad. 2018a. "Desain Pengembangan Kurikulum Integratif dan Implementasinya dalam Pembelajaran". *Jurnal Tawadhu Institut Agama Islam Imam Ghazali (IAIG) Cilacap*, 2 (1): 365-366.
- Mukhlisin, Ahmad. 2018b. "Desain Pengembangan Kurikulum Integratif dan Implementasinya dalam Pembelajaran". *Jurnal Tawadhu Institut Agama Islam Imam Ghazali (IAIG) Cilacap*, 2 (1): 373-376.
- Ndiarni, RR. 2015. Pengaruh Penggunaan Fasilitas Pembelajaran dan Metode Pembelajaran Terhadap Minat Belajar Siswa di Lembaga Bimbingan Belajar Neutron dan Primagama Kota Surakarta". *Skripsi*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Norman, D. & Spohrer, J. 1996. "Learner-centered education". *Communications of the ACM*, 39 (4).
- Nurdin. 2009. "UU No.9 Tahun 2009 Tentang Badan Hukum Pendidikan Dalam Konteks Manajemen dan Pemasaran Pendidikan". *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 9 (1). 22-23.
- Prayitno & Anti, Erman. 2004. *Dasar-dasar Bimbingan dan Konseling*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Putra dan Rianto. 2016. "Analisis Layanan Lembaga Bimbingan Belajar (LBB)". *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Negeri Surabaya*.
- Rahmat. 2016. "Modular System Pendidikan Agama Islam Untuk Mengembangkan Pendidikan Karakter Peserta Didik Di Sekolah". *Jurnal Tribakti UIN Maliki Malang*, 27 (2).

- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizka, Muhammad A. & Hardiansyah, Rila. 2016. "Strategi Pengembangan Inovasi Program Pendidikan Non Formal Sebagai Best Practices Bagi Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat". *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat IKIP Mataram*, 3 (2): 189.
- Rogers, Everett, dan F. Floyd Shoemaker. 1987. *Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*, Terjemahan Abdillah Hanafi, Surabaya: Usaha Nasional.
- Sa'ud, Udin S. 2011. *Inovasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sedarmayanti. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negri Sipil*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sembiring, Alfiusta. 2015. "Analisis Kepuasan Konsumen Menggunakan Model Kano (Kasus pada Lembaga Bimbingan Belajar Smart Ganesha Cabang Panam Pekanbaru)". *Jurnal FISIP UNRI*, 2 (2).
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sholikah. 2017. "Desain Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam". *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Makhdom Ibrahim Tuban*. 1 (2): 173-178.
- Siagian, Sondang P. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sistianto. 2003. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Startegi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran. *Tesis*. Semarang: Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Soetopo, Hendyat & Soemanto, Westy. 1986. *Pembinaan dan Pengembangan Kurikulum*. Jakarta: Bina Aksara.
- Sofyandi, Herman. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Stuart, Tooley & Guthrie, James. 2007. "Budgeting in New Zealand secondary schools in a changing devolved financial management environment". *Journal of Accounting & Organizational Change*, 3 (1): 4-28.

- Subekhi, A & Jauhar M. 2012. *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*. Jakarta: Prestasi Pustaka Karya.
- Sudarmanto. 2009. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, Dewa Ketut. 2008. *Pengantar Pelaksanaan Program Bimbingan dan Konseling Di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukmadinata, Nana S. 2007. *Pengembangan Kurikulum; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sukmadinata, Nana Syaodih & dkk. 2006. *Pengendalian Mutu Pendidikan Sekolah Menengah*. Bandung: Aditama.
- Sunandar, A. 2006. "Analisis Perencanaan Kebutuhan Guru". *Jurnal Manajemen Pendidikan, Universitas Negeri Malang*. 2 (1).
- Sutrisno, Edy. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Syafaruddin, dkk. 2012. *Inovasi Pendidikan (Suatu Analisis Terhadap Kebijakan Baru Pendidikan)*. Medan: Perdana Publishing.
- Syukur, Fatah. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia Pendidikan*. Semarang: PT Pustaka Rizki Putra.
- Usman, Husnaini. 2008. *Manajemen (Teori Praktik & Riset Pendidikan)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Utanto, Yuli. dkk (2018). Implementation of Learning Quality Assurance Based on Applied Education Technology. *ICIEVE Universitas Negeri Semarang*.
- UU No.9 Tahun 2009 Tentang Badan Hukum Pendidikan (BHP).

- Walgito, Bimo. 2004. *Bimbingan dan Konseling, Study dan Karir*. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, Cece & dkk. 1992. *Upaya Pembaharuan dalam Pendidikan dan Pengajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wijaya, Cece, et. al. 1991. *Pembaruan dalam Bidang Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.
- Winardi. 1986. *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: Alumni.
- Wulandari, Mega & Soedjarwo. 2017. “Manajemen Pembelajaran pada Lembaga Bimbingan Belajar dalam Meningkatkan Kompetensi Peserta Didik (Studi pada LBB Klinik Belajar Edu Privat di Kota Baru Driyorejo Gresik)”. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah UNESA*.
- Yufri, Faisal. 2014. Manajemen pemasaran jasa pendidikan di lembaga kursus dan pelatihan Bugs Training Center Sleman”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yusuf, S & Nurikhsan, Juntika A. 2006. *Landasan Bimbingan dan Konseling*: Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Zulyanti, Noer R. 2016. “Persepsi Orang Tua terhadap Lembaga Bimbingan Belajar di Sakinah Edu Center Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, Universitas Islam Lamongan*. 1 (02).